金融心理学研究

刘德谷 熊

JIN RONG

金融心理学所研究的金融行为，是指主体在金融经济运行中的各种活动。一定的金融行为是一个因欲望而产生动机，因欲望满足而终止的，有明确目标的心理过程。货币偏好、储蓄动机，通货膨胀预期，货币拜物教，这些范畴，都不是自然现象，而是人的行为中所特有的。储户存款、企业借款，这些行为都具有一定的动机、目标、意图。因此，人的金融行为也总有其心理过程。货币银行理论建立起来的观点，无法认识和代替金融活动中的心理过程。当心理学按照学术分工的原则从心理过程这个侧面来研究和认识金融活动中人的行为时，金融心理学也便产生了。

责任编辑：李苒

金融心理学研究

刘德谷　熊丘谷　著

*

中国金融出版社 出 版
新华书店北京发行所发行
南昌市印刷一厂印刷

*

850×1168毫米 1/32 11.75印张 280千字
1991年5月第一版 1991年5月第一次印刷
印数：00001——15000
ISBN 7—5049—0670—0/F·311 定价：6.78元



序

党的十一届三中全会以来，随着我国对内改革对外开放的进行，社会主义有计划商品经济有了很大发展，经济的货币化程度大大提高并正在向信用经济转化。金融活动无论在搞活经济，还是宏观调控方面的作用都在日益加强。在这种形势下，我国社会主义金融理论研究空前活跃，在许多方面有新的突破。刘德谷和熊丘谷二位同志合著的《金融心理学研究》一书，正是适应经济体制改革，特别是金融体制改革与大力发展我国金融事业的需要而写作的。它的研究对象属于应用科学范畴。该书以马克思主义基本理论为指导，吸收了金融学、心理学和行为科学的理论成果，结合我国金融体制改革的实践和根据作者本人多年从事金融工作经验写出来的。这是在金融科学领域进行的新的大胆探索。

人的金融心理行为是受经济规律，货币、信贷运行规律制约和规定的。人是经济活动的主体。研究人的金融心理实际上是对经济规律研究的深入和具体化。这种研究不是脱离客观经济规律，而是把经济规律的运行过程寓于活生生的人的心理活动之中，根据人在不同条件下所表现的心理特征，有针对性地制定金融政策，必将产生积极有效的结果。

本书把货币资金的运行作为一个系统，注意从客体和主体两个方面，将货币心理、资金心理、管理心理三个部分进行研究。这对于制定储蓄政策、信贷政策，加强金融队伍的建设和管理都具有现实意义。实践证明，在逐渐发展起来的瞬息万变的金融市场面前，不研究人们的金融活动的动机和心理承受能力，不及时地采取有针对性的政策措施，我们的金融工作就显得被动，相反，我们能够把握货币、资金运行中各类人员的心理变化规律，政策具有预见性，那么，我们的工作就会主动，经济规律就会被人们更好地用来为发展社会主义金融事业服务。

作者在研究中注意了理论与实践结合，并借鉴了西方金融心理研究的有益成果。这本书

既然是新的探索，就难免有不完善甚至不当之处。但这并不影响作者长期进行思索的意义和价值。我国正在从事建设有中国特色社会主义的伟大事业。我们碰到和需要解决的新问题层出不穷，未知的领域很多。无论理论工作者还是从事实际工作的各级干部，多么需要发挥勇于探索的精神啊！作者在这方面作了有益的尝试，因此，我欣然为本书做序。

藏　志　风

1991 年 1 月 14 日

于北京

目 录

第一章 概 论

许多科学家预测，21 世纪初将成为心理科学大发展时期。心理学将成为带头科学。在心理学的理论基础上，各种应用心理学将应运而生，逐步形成一个完整的强大的心理科学体系。

在我国，作为比较完整的金融心理学还是一个空白。在国外，对金融心理的研究也没有形成体系。但是，金融心理从货币信用产生的那一天起就已形成。心理学知识在金融业中应用的历史，可以追溯到一个很远的时期。在金融经济迅速发展的今天，着手创立金融心理学，运用心理学的知识来研究金融活动中人的心理活动及规律，这对于适应现代金融经济发展需要，实现货币资金良性运行，提高金融管理水平等，都将有着十分重要的理论意义和现实意义。

第一节 金融心理学的研究对象

一、什么是金融心理学

在我们开始研究金融心理学之前，先要了解什么是心理学。人的心理既不玄奥也不神秘，它是我们每个人都十分熟悉的。企

业厂长(经理)到银行借款,是因为他“需要”资金。参加银行储蓄的每个人的“动机”非常丰富,如获利动机、防盗动机、节约动机等。在金融资产中,现金的流动性最大,由于它是一般等价物,所以,人们往往对现金有一种“偏好”。在经济不稳定时期,人们对未来情况会有一种“预期”……所有这些“需要”、“动机”、“偏好”、“预期”等,在心理学中称为心理现象。所谓心理学,就是研究心理现象及其规律的科学。

金融心理学是心理学的一个分支。它是以金融行为中人的心理现象为主要研究领域的心理科学。概括地说,金融心理学是运用普通心理学的基本理论,采用系统分析方法,研究金融行为中人的心理活动过程及其规律,从而引导、控制、协调人的金融行为,提高金融行为的效益,以实现良性经济运行为目标的一门应用性、边缘性科学。

我们将金融心理学纳入边缘性科学的范畴,是因为金融心理学把心理学、行为学、社会学、管理学、货币银行学、信贷学和金融市场学等科学知识,综合应用于金融管理工作实践的科学,是多种学科相结合的产物。同时,金融心理学理论来源于实践,又直接运用于实践,为金融实践服务,因此,金融心理学又是一门具有现实意义的应用科学。

金融心理学所研究的金融行为,是指主体① 在金融经济运行中的各种活动。一定的金融行为是一个因欲望而产生动机,因欲望满足而终止的,有明确目标的心理过程。货币偏好、储蓄动机、通货膨胀预期、货币拜物教,这些范畴,都不是自然现象,而是人们行为中所特有的。苹果从树上掉下来,它没有动机、意图,而储户存款,企业借款等等,这些行为无一不具有动机、目标、意

① 主要指政府、企业、金融机构、居民个人等。

究，便于我们认识错综复杂的金融活动及具体要素、原因和内在驱动力。

（二）群体心理与货币运行

任何个人都必须隶属于某一群体。从群体这一范畴出发，研究群体动力与货币运行，人际关系对货币行为的影响，金融信息在群体中的传播，社会环境对货币稳定的影响和不同群体的通货膨胀承受力。通过上述研究，以揭示群体金融行为的内在联系性，为货币政策决策、实施提供依据。

（三）信贷行为中的心理问题

主要研究储蓄者的心理活动过程，储蓄动机，家庭、文化、社会环境对储蓄行为的影响，重视运用心理学研究的成果，制定合理的储蓄政策原则，设计储蓄种类、利率，提供满足心理需要的储蓄服务，不断提高储蓄员工的心理素质。除此之外，还要研究贷款动机的产生、种类及社会环境对其的影响，确定贷款需要的合理性，正确引导贷款需要，解决贷款需求与供给的矛盾冲突。

（四）金融市场的心理问题

这部分内容主要研究金融市场成员及参与动机，直接融资与间接融资的心理比较，资金市场的心理障碍，投资与投机的心理比较，证券的心理选择和影响股票行市的心理因素。通过金融市场的心理分析，加强金融市场管理中的心理疏导，促进金融市场的正常运行。

（五）银行管理中的心理问题

在现代科技发展的时代，提高银行经营管理水平，最根本的途经是不断提高银行管理者的素质。从银行管理的特点出发，主要研究管理者应具有什么样的素质，为提高银行管理者的素质提出科学的方法；研究银行职工的心理特征，增强金融企业的凝聚力，努力提高职工的素质；还要研究金融组织行为的特征，强

不尽的动力，于是才有了金融市场的繁荣发展，有了高速运行的资金周转，有了一次次金融革命……。我国的心理资源并不比外国贫乏，只是由于封建社会遗留下来的根深蒂固的和传统体制下价值观念的束缚，造成国民的金融意识淡漠，价值观念被扭曲。以发展社会主义有计划的商品经济为中心的经济改革，必将使人们的社会主义积极性极大地调动起来，释放出巨大的心理潜能，使得人们的金融意识普遍增强，并由此推动我国金融业的迅速发展。

其三，人是金融管理的主体。现代化管理的特点是强调以人为中心的管理，科学技术越发展，就越要重视人的因素。当我们了解并掌握了金融行为中的个体、群体、组织、领导者的心理活动规律时，就便于制定适应个体、群体、组织特点的科学管理方法，采取行之有效的措施，处处尊重人、理解人，使人人获得应有的经济自主权，极大地调动人们的积极性，同时，运用大量的心理学研究成果，增强金融管理者的心理素质，提高管理者的决策、控制水平，在此基础上，使我国的货币资金在经济建设中发挥更大作用。

金融行为的主体地位、作用，决定了金融心理学的研究对象是金融行为中人的心理现象及规律。

三、金融心理学的基本内容及结构

金融心理学研究的基本内容主要集中在以下几个方面。

（一）个体心理与货币行为

从微观上研究个体的货币知觉、货币需要、偏好、幻觉和理性预期；研究个体对货币的态度、价值观念以及货币拜物教的心理剖析。个体心理是金融心理的细胞和基础，从个体心理开始研

究，便于我们认识错综复杂的金融活动及具体要素、原因和内在驱动力。

(二)群体心理与货币运行

任何个人都必须隶属于某一群体。从群体这一范畴出发，研究群体动力与货币运行，人际关系对货币行为的影响，金融信息在群体中的传播，社会环境对货币稳定的影响和不同群体的通货膨胀承受力。通过上述研究，以揭示群体金融行为的内在联系性，为货币政策决策、实施提供依据。

(三)信贷行为中的心理问题

主要研究储蓄者的心理活动过程，储蓄动机，家庭、文化、社会环境对储蓄行为的影响，重视运用心理学研究的成果，制定合理的储蓄政策原则，设计储蓄种类、利率，提供满足心理需要的储蓄服务，不断提高储蓄员工的心理素质。除此之外，还要研究贷款动机的产生、种类及社会环境对其的影响，确定贷款需要的合理性，正确引导贷款需要，解决贷款需求与供给的矛盾冲突。

(四)金融市场的心理问题

这部分内容主要研究金融市场成员及参与动机，直接融资与间接融资的心理比较，资金市场的心理障碍，投资与投机的心理比较，证券的心理选择和影响股票行市的心理因素。通过金融市场的心理分析，加强金融市场管理中的心理疏导，促进金融市场的正常运行。

(五)银行管理中的心理问题

在现代科技发展的时代，提高银行经营管理水平，最根本的途经是不断提高银行管理者的素质。从银行管理的特点出发，主要研究管理者应具有什么样的素质，为提高银行管理者的素质提出科学的方法；研究银行职工的心理特征，增强金融企业的凝聚力，努力提高职工的素质；还要研究金融组织行为的特征，强

化中央银行的调控能力，增强专业银行的经营活力。

(六)我国金融体制改革中的心理问题

通过对我国十年金融体制改革实践的回顾，研究金融体制改革的心理阻力和心理承受力，合理选择改革的方法、过程和时机，优化改革心理，变改革阻力为改革动力，为金融体制改革创造一个良好的心理环境。

综上所述，金融心理学的研究内容包括三个方面：货币运行心理，资金运行心理和金融管理心理。

必须指出，金融心理学所建立的理论体系，是根据一般应用心理学的框架结构，在充分考虑到金融行为这一特定经济现象的内在规律性而设计的。我们认为，这样便于更好地对金融行为中人的心理现象进行研究分析，而且也是我们在写作本书时所作的一番新尝试。

第二节 金融心理学的特点

金融心理学作为一门独立的科学，它具有以下几个明显的特点。

一、金融心理学是一门以人为中心的金融科学

金融心理学所研究的对象是金融行为中的主体，是人在金融活动中的心理现象，是货币资金环境中人与人的关系。金融心理学十分重视人的因素，重视对人的潜在能力的挖掘和运用，把人的心理看作是一种资源。它认为预测、控制、协调金融行为中人的各种心理活动，是加强金融管理的重要内容，并辅以建立以

人为中心的金融制度和政策措施。金融心理学与一般的金融管理理论相比,具有以下几点不同。

第一,一般的金融管理是以货币资金为中心的管理,见到的只是商品、货币、资金的运动和价值的变化,对货币、资金的研究大多局限于生产过程,而对人们追求自身利益产生的货币需求及引发的货币行为,则往往有所忽视。因此,管理上多在货币资金和商品等物的因素上下功夫。金融心理学认为货币资金活动,首先是人的活动,强调以人为中心的管理思想,着重研究金融行为中人的需要、动机和由此引发的金融行为。

第二,一般的金融管理往往以制裁、管制、监督为主要手段,强调监督、强制等行政性措施。而金融心理学则注重对金融心理和行为的分析,主张通过满足主体的合理需要,强化良好动机,以激发人的积极性,进而通过预测、引导、协调,把金融行为纳入正常的经济运行轨道。

第三,一般的金融管理是高度集中的管理,往往较难做到决策科学化、民主化,而金融心理学则重视组织,强调在管理中实行"权变"、"民主"、"辩论"、"鉴定",集思广益,提倡群众参与决策和管理。

二、金融心理学是一门综合性科学

如前所述,金融心理学是在吸收心理学、管理心理学、行为科学、社会学和货币银行学等多学科的研究成果基础上建立起来的一门新的科学。但是,这并不是把多门科学无原则地、机械地混合起来。金融心理学既与上述相邻科学具有紧密的联系性,同时,又有自己科学的性质和特点。金融心理学与心理学、货币银行学的关系,见表1—1。

表1—1 金融心理学与心理学、货币银行学的关系

学科	对象	基础	范围
心理学	研究个体行为	个体	个体行为的过程及生理机制
货币银行学	研究货币、信用和银行	货币资金	货币、信用、银行的产生、性质、职能、地位及货币流通规律等
金融心理学	研究主体在金融行为中的心理活动	货币资金活动中的主体	主体与货币银行及其环境的联系和心理机制

(一)金融心理学与货币银行学的关系

从表1—1中,我们可以大致地看出金融心理学与货币银行学之间的关系,这里,着重来研究它们的区别。

首先,两者提出的问题不同。货币银行学所关心的是每年货币发行量、货币总供给与总需求的平衡,研究的侧重点是货币、信用、银行的性质、职能、地位,货币政策,操作手段,市场机制和金融体制,以及有效地组织信贷资金和资金的调节分配等。金融心理学对这些问题也颇感兴趣,但不同的是问题的另一方面,即把金融活动看作心理活动的特例,强调以人为中心,围绕这个中心来研究货币资金运动和银行管理。侧重点是金融行为中人的心理现象,即货币心理、资金心理和银行管理心理。通过研究这些问题来预测、引导、协调金融行为,促进货币资金正常运行。

其次，分析的变量不同。货币银行学认为非经济变量（包括政治、法律、社会、文化、价值观念及心理）对金融经济具有影响，但由于纯经济分析的缘故，总是假定这些变量的影响是不变的，或者忽略不提人们的兴趣、偏好、心理需要对货币资金运动的影响，因而分析的主要是经济变量之间的影响和作用，醉心于货币投放总额、商品价值总量、价格总水平、货币流通速度、信贷规模、利率水平和存贷款增长率等，并以精确的数字语言或模式来表达。与货币银行学不同的是，金融心理学不受这种把经济变量与非经济变量划地为牢的严格假定的束缚。坦率地说，就是要着意地去分析研究金融行为主体心理这种非经济变量对货币资金的影响和作用。以货币需要为例，既要研究商品流通中实物经济运行对货币数量的要求，又要研究人们追求自身利益而产生的货币需要，即资产需要。同时，还认为，金融心理是一个复杂的开放性系统，它不仅影响金融行为，而且也受到经济环境的影响。

再次，提出的管理方式不同。如本节第一个问题所述，货币银行学侧重于货币资金等物的因素的管理，在管理方式上注重于“杠杆”的调节作用，主张对货币资金运行进行严格的监控。而金融心理学则主张推行“合乎人性”的管理方式，注意挖掘人们的心理潜能，更新观念，增强金融意识。在提出的管理手段上，要体现人们的心理要求，提倡在“货币面前人人平等”，尊重人的自主权，发挥人的创造性。

此外，货币银行学中研究的许多问题也为金融心理学所关心，但金融心理学仅在于揭示金融行为中人的心理现象及规律，不可能也不必要对复杂的金融问题处处涉及，如具体操作程序、规定办法和金融实践中的一些具体问题。因为这些问题属于货币银行学研究的范畴。但是，这并不会影响金融心理学的完整性，相反，正好指明了它的特点所在。

（二）金融心理学与心理学的关系

金融心理学是以心理学为理论基础，借助于心理学研究成果而产生发展起来的应用科学。同时，金融心理学本身并不完全具备自己独特的研究方法，因而必须求助于心理学。金融心理学中常用的一些概念、工具、研究方法和基本原理等都是从心理学中借用来的，但是，两者之间又有严格的区别。

1. 心理学所探讨的是一般的心理现象及其规律，带有一定的抽象性。金融心理学则是探讨金融活动中和特定社会环境下，人们的心理现象和活动规律。例如，对动机这一心理活动的研究，讨论它的一般结构、分类和特点等，这是心理学所研究的内容，而研究储蓄动机、贷款动机、投资动机等，则属于金融心理学的内容。所以，心理学研究带有一般性和抽象性，而金融心理学相对说具有具体性和情境性的特点。

2. 心理学研究的角度一般都着眼于个体，如对个性、能力、气质、性格、知觉、态度及需要、动机等问题的探讨，无一不是从个体出发的。而金融心理学则不但着眼于金融行为个体，而且还研究金融群体、金融组织、金融机构等。

综上所述，心理学是心理学科中的基础科学。金融心理学是运用心理学所揭示的一般规律解决金融行为中具体问题的应用科学。两者是主干与分支、基础与应用、一般与特殊的关系。

第三节 金融心理学的基本任务

金融心理学的基本任务是：在揭示金融行为中人的心理规律基础上，提高预测、引导、控制金融行为能力，促进货币资金的良性运行，以达到实现社会主义经济稳定协调发展的目的。

在美国、英国等资本主义国家，金融心理方面的理论早已广泛运用于金融经济领域。第二次世界大战后曾为多数资本主义国家所采用的凯恩斯主义理论，就是在边际消费倾向递减、流动偏好、预期投资边际收益率三大心理规律之上建立起来的。虽然凯恩斯的“国家干预政策”曾一度减少了失业人数，并使经济有所增长，但通货膨胀却居高不下，无法阻遏，以致陷入“滞胀”局面。不难看出，资本主义国家只是试图运用金融心理学原理来解释资本主义危机，掩盖经济危机与失业等问题的真正根源，为资产阶级、为发展资本主义经济服务。

我国是社会主义国家。金融心理学所承担的任务，是由金融业在社会主义经济中的性质、地位所决定的。它除了揭示金融行为中人的心理活动规律，促进社会主义经济发展之外，还应当为社会主义的精神文明建设服务。

具体说，金融心理学的基本任务有以下三方面。

一、促进货币资金的良性运行

当我们掌握了金融行为中个体、群体、组织的心理活动规律之后，就可以在付诸于实践的过程中，科学地预测未来金融行为的态势，分析金融行为中的矛盾，制定适应个体、群体、组织心理的金融方针、政策和方法，极大地促进银行职工的心理素质和金融管理者的领导艺术水平，增强国民的金融意识，在此基础上，金融行为的质量、效益定会有较大的提高。

二、为社会主义精神文明建设服务

西方国家研究金融心理，唯一的任务是如何刺激经济增长，

为维护资产阶级利益服务，因此，人与人之间的关系是金钱的关系，金钱万能，拜金主义思想盛行，社会风气腐化堕落。

我国是社会主义国家，我们的最终目标是在我国建立共产主义社会，因此，作为社会主义国家的金融心理学在促进货币资金正常运行，为经济建设发展服务的同时，还必须注重社会主义精神文明的建设，培养金融职工和货币持有者具有共产主义的精神品质和风貌，振奋爱国精神，引导他们以自己的健康的货币行为为祖国经济繁荣发展服务。金融心理学所承担的这一任务是由我国社会主义性质所决定的。

在研究和运用金融心理学时，应当根据人在不同环境中所反映出来的金融心理现象，有针对性的激发货币持有者、决策者和金融职工的社会主义主人翁责任感，引导他们自觉地追求有利于社会主义经济稳定发展的金融行为，自觉维护国家集体的利益，培养良好的社会风气；研究货币持有者的储蓄、贷款心理、帮助他们正确认识货币、信用、银行在社会主义经济生活中的性质、地位和作用；保持勤俭节约的传统美德，积极参加爱国储蓄，树立社会主义经营思想，善于为国家集体理财当家，保障社会主义信贷资金的安全；研究金融管理者和金融职工的心理特征，提倡人尽其才，才尽其用，开掘职工的智能潜力，培养良好的个性品质和共产主义情操；研究货币持有者的人际关系和团体心理，以协调人与人之间的关系，竞争与合作关系，互助互利，增强集体意识；同时，通过研究货币持有者和银行职工的金融心理，预测金融行为，使思想政治工作更富有预见性和针对性。

需要强调的是，现阶段在对待讲求货币资金作用效益和社会主义精神文明关系时，应当避免两种偏向，一是单纯强调货币行为者的经济利益，推崇金钱思想，而忽视思想政治教育，削弱精神文明建设；二是脱离货币持有者的经济利益，而空淡思想政

治觉悟的提高。金融心理学的任务就是要使二者有机地统一起来。

三、建立和完善自身理论体系

至今为止,国内外对金融心理的研究还没有形成其完整的科学理论体系,本书仅作为建立金融心理学的一个初步建议和构想提出来,供理论界研究参考,以期抛砖引玉。正是因为金融心理学的理论体系还期待建立和完善,所以,金融心理学作为一门崭新的应用理论科学,它除了要承担研究和解决金融行为中的许多现实问题外,当前还必须加紧建立和完善自身的适合我国国情的金融心理学理论体系,这是一件亟待解决的任务。

金融心理学的理论基础来自于普通心理学和货币银行学等,但是,金融心理学的研究成果同时也将大大地丰富心理学和货币理论研究。

第四节 金融心理学研究的意义

列宁指出:"心理学提供的一些原理已使人们不得不拒绝主观主义而接受唯物主义"①。金融心理学作为金融领域的一门应用科学,它所揭示的金融行为中人的心理现象和规律,有助于我们正确看待金融行为中人的心理活动,掌握科学的心理策略,有效地预测、引导、协调人们的金融行为,促进货币资金的良性运

① 《列宁全集》第1卷,人民出版社1955年版,第396页。

行。因此，建立和研究金融心理学是非常必要的，它不仅具有重要的理论意义，而且还具有重要的现实意义。

一、学习和研究金融心理学是保证金融活动正常进行的需要。

许多事实告诉我们，一项政策，一个措施，能不能得到贯彻落实并收到预期的效果，与这一政策措施是否能为人们的心理接受和适应，以及对此采取何种行为有密切的关系。

政策是一种行为准则，它首先是针对人的，其次才是针对某一特定的社会经济生活现象的。但政策最终还是要靠人去组织、贯彻、执行。因此，政策规定及组织实施，必须充分考虑到人的因素，考虑到人的心理态度和心理承受力。国家制定金融政策措施同样不例外。

在过去很长一段时间内，我们考虑金融工作、制定金融政策措施，几乎很少考虑和研究金融行为中人的心理活动规律以及心理适应、承受能力，结果，事与愿违，给工作带来了不应有的失误。1984 年第四季度，由于国家对金融活动的宏观控制不力，引起信贷规模失控。国家对此采取了“紧缩银根”的货币政策，对各种贷款和现金支付规定在某一时点数之内不得突破。这是必要的、正确的。但关紧信贷闸门似有“一刀切”之感。对此，人们（特别是企业的厂长经理）普遍产生了紧张、恐惧、抵触、观望的消极心理，在一定程度上影响了正常的经济运行。而在此之前，信贷资金的闸门是敞开的，企业对资金的需要很容易得到满足，突然实行紧缩政策，采取“一刀切”的措施，连正常的费用开支，甚至工人工资都难以得到保证，人们在心理上当然会引起巨大的震动、恐惧，对于习惯于吃“大锅饭”的人们的心理，更是难以承受

的。可见，人们对于包括政策在内的事物都有一个心理适应过程。政策措施变化过于突兀，就容易带来副作用，影响正常的金融活动。金融心理学就是要研究金融政策如何与社会经济活动中人的心理状况相适应，并不断提高人们的心理承受能力，使金融政策成为调节金融经济更有效的工具。

在国际金融界，金融当局重视运用金融心理，科学制定金融政策，采取对策措施，开展金融竞争，为在金融竞争中求发展发挥了很大的作用。1987 年 1 月 18 日，美国财政部一位官员在《新闻周刊》上“不适宜”地发表了一个关于“美元当前应以 1 美元兑 140 日元为宜”的讲话，次日中午，在日本东京外汇市场上美元对日元汇价即突破了 1:150 的大关，日元暴升，把日本经济推向了十分严峻的困境中。美国官员发表的这个“不适宜”的讲话，所采用的是一种心理策略。因为讲话使企业、金融界预期到美元还要下跌，为了不受汇率损失，纷纷抛出美元购买其他硬通货。美元汇价继续下跌，迫使日本、西欧国家进一步开放市场，为解决美国贸易不平衡和财政赤字起到了一定作用。

二、学习和研究金融心理学是扩大资金来源，促进资金融通的需要

“对银行来说具有最重要意义的始终是存款”①。在社会经济运行中，金融部门担负着组织存款，集聚资金，保证信贷资金供应的重任。由于种种原因，目前我国社会经济中蕴藏着巨大的资金潜力，如何挖掘资金的潜力，金融心理学提供了有价值的科

① 马克思:《资本论》《马克思恩格斯全集》第 25 卷第 454 页，人民出版社，1965 年出版。

学理论和方法。

作为一个货币持有者，他有不同的心理要求，他会根据自己的需要来选择保值和增值的方式，如参加银行存款、购买有价证券，以及土地房屋等不动产，即使是存款，也会有不同的存款方式和其他种类要求，因此，作为一个金融管理者，很有必要对存款者的各种心理活动进行细致的研究，掌握存款者的心理特征，了解他们的心理需要，以便在组织存款工作中采取适应心理要求的政策措施，做好服务工作，达到挖掘资金潜力，不断扩大资金来源的目的。

储蓄存款是银行存款的一个重要组成部分。前不久，有篇文章介绍了有些储蓄所和储蓄员运用心理学原理探索不同阶层、不同职业、不同年龄储户的心理特征，进而采取不同的服务方式，使储蓄工作更上一层楼。如一些老年储户怕露富，办理存取款时要轻声细语，不让别人听到；知识分子储户珍惜时间，要快收快付；个体户储户怕政策有变，常有顾虑，要对其耐心解释有关金融政策，给他们吃定心丸；小额存款户怕给储蓄所添麻烦，往往不好意思开口，遇到这种情况，要热情相待，毫无嫌弃之情；有残疾的储户，自尊心强，要格外体贴，特殊照顾，等等。事实说明，如果把金融心理学广泛运用到存款工作中去，把存款者的心理研究得透些，根据其心理需要设计储种和服务方式，何愁存款不能源源而来?《礼记·学记》说："知其心，然后能救其失也"。这话很有启发意义。

随着现化科学技术的进步，社会经济有了迅速发展，人们的生活水平在不断提高，人们的消费观念、持币习惯、存款心理需要等也在不断改变。在此形势下，金融管理者更需要学习和研究金融心理学，预测、引导存款者的心理需要和未来发展趋向，把金融心理学的基本原理和知识运用到银行网点设置、存款利率、

政策原则、种类设计和广告宣传等工作中去，采取新的对策和新的措施，尽可能满足存款者的心理需要，努力挖掘存款潜力，为社会经济建设组织更多的信贷资金。

三、学习和研究金融心理学是提高贷款经济效益的需要

信贷资金的管理是金融部门的一项最重要的工作。当前，银行数千亿的信贷资金正在全国的五百多万户企业中发挥重要作用，而且随着经济建设的持续稳定协调发展，社会各部门对银行贷款（包括固定资产投资）的需要不断增加，银行每年都要增加投向企业的资金。如何管理好如此巨额的信贷资金，合理有效地使用信贷资金为社会经济发展服务，保证贷款的安全性、流动性、收益性，这是金融部门的一项艰巨任务。建立金融心理学，就是要运用金融心理学的基本原理和知识去研究各类告贷者的心理素质及贷款需要、动机，并不断满足合理的贷款需要，有效地激发告贷者的内在动机，从而正确引导告贷者的贷款行为。同时，根据告贷者的心理特征，制定行之有效的贷款原则和贷款管理制度。

日本住友银行是日本的大商业银行之一，在信贷资金管理方面有一套可供借鉴的科学方法，其中，重视对贷款对象的心理素质和经营思想调查便是其管理中的一个重要特点。他们认为，贷款的调查重点应当是以下五项内容。

第一，企业是靠人经营的，企业的好坏，决定于经营者的品质和能力大小。因此，要首先调查经营者自身是否品行端正和有能力经营好这个企业。

第二，经营者的人品再好，但职工群体的心理素质低也不

行。素质差,工作能力达不到,就会缺乏事业心和责任感。因此,不仅要调查经营者素质,还要调查全厂职工的素质水平。

第三,调查企业的经营思想和方针。如果企业经营思想不对头,不是扎扎实实地经营,而是追求浮利,这样的企业基础不牢,会在竞争中垮台。

第四,调查企业是否有一个坚强的领导班子。不能只靠一个人经营管理企业,一个人的能力再强,干到一定时候也就不行了。

第五,要调查企业的人际关系和福利待遇情况。企业劳资关系协调,职工相互团结,企业凝聚力强,标志着企业未来兴旺发达。

上述要调查的情况,反映了日本银行非常重视人的因素在信贷管理中的作用,同时,运用心理学的方法原理来分析测定经营者的心理素质。金融心理学已广泛得到日本银行的重视并运用于实践中。

1978 年我国经济体制改革之前,银行信贷管理囿于苏联模式,实行的是统收统支,层层下达计划指标的管理体制。经济改革以后,在全国实行了"统一计划、划分资金,实贷实存,相互融通"的新的信贷资金管理办法,在信贷体制改革方面迈出了新的一步。但是企业资金吃银行的"大锅饭"还没有打破,不问贷款对象的经营思想和不考虑告贷者的素质能力发放贷款的情况仍然较为普遍,致使贷款行为失误屡屡发生,资金周转不畅,呆滞风险贷款增加,影响了贷款资金的正常运行。这一现实表明,重视告贷者在贷款管理中的作用,运用心理学方法开展对告贷者和贷款管理者的心理研究,探索和揭示告贷者和贷款管理者的心理活动规律,这对于科学地管理信贷资金,促进信贷资金正常运行具有十分重要的意义。

在亚诺什·科尔内的经济学论著中，对社会主义投资心理分析占有相当重要的位置。在他的《短缺经济学》中，将在多数社会主义国家中存在的投资现象描述为“投资饥渴症”和“父爱主义”。在我国，科尔内所揭示的产生投资饥渴症的心理基因也同样普遍存在。投资管理约束软化，企业领导者和各级地方政府的领导人，都想极力争得贷款投资(包括其他投资)，而且不存在投资饱和问题。投资饥渴是长期的。刚刚完成一项投资，暂时满足了饥渴，很快又会产生新的投资饥渴，而且欲望比以前更强烈，这就是心理上急于求成的一个表现。科尔内甚至把这种饥渴症称为社会主义企业的“动物本能”，以致投资者的攀比心理、羡慕心理、政绩扩张欲望、物质利益追求都可以在增加投资过程中得到满足，等等。这一切现象，科尔内称之为“扩张冲动”，与这种扩张冲动相联系的投资行为，如首长项目、钓鱼工程等，也都有其特定的社会心理基因，蕴含着人的心理素质、性格和意志等等。当然，我国经济还比较落后，主观上想搞快一点是好的，这决不能象亚诺什·科尔内所说的“动物本能”。因此，通过金融心理学的研究，使主观心理和客观实际相符，这对投资决策和投资实践无疑会有所助益的。

四、学习和研究金融心理学是强化职工心理素质，提高银行经营管理水平的需要

管理工作就是做人的工作。在金融管理活动中，人才是资金、技术、设备、信息等诸要素中最重要的基本因素。这是因为人有了先进的思想观念和较高的素质水平，就可以促进科学技术的发展和更新，就会接受和采用新的方法和技能，而不断改革旧的方法和管理。因此，在金融管理中，必须首先抓好人的管理，再

由于金融业在社会经济运行中所处的特殊地位，本身有必要建立一支在各方面都能过得硬的具有较高素质的金融职工队伍，以实现金融管理现代化目标，完成经济建设赋予金融部门的重任。金融心理学的重要内容之一就是要着力研究金融职工和金融管理者的需要、动机及心理特征，采取有效的办法进行心理引导，挖掘他们的内在潜力，为不断强化职工心理素质和提高金融管理水平提供依据。

金融心理学重视金融管理者的因素，重视金融队伍素质的研究，这对我们来说很有启发意义。纵观这几年我国金融管理实践，特别是在这几年通货膨胀的情况下，货币需求过旺、贷款规模失控、信贷结构畸变、信贷资金沉淀、资金供求矛盾十分突出，作为担负金融调控任务的中央银行及各专业银行，在金融管理方面常常表现为调控不力，金融决策“一刀切”、“急刹车”，操作上方法陈旧、形式单一等，这一现实，有体制方面问题，但也反映出一个根本问题，就是金融管理者素质与现代经济发展要求还不相适应，管理者的价值观念、思维习惯等在某些方面仍然体现的是产品经济。对此应引起我们的足够重视。

我国金融机构的主体是中央银行和各专业银行，银行的业务活动是通过信贷资金运用服务于宏观社会经济的，它虽不直接从事商品的生产和交换，但它通过货币发行、组织存款、发放贷款、办理结算等业务为之服务，这是一项不可缺少的、复杂的、牵涉面广的经济活动。而且，在我国现阶段，大部分的金融业务主要是通过广大金融职工的技术性工作和服务性工作，以及在他们与其服务对象的双向沟通中实现的。金融职工的这种具有特殊性的工作，客观上要求金融职工具有较高的政治素质、业务素质和良好的心理素质，从这个意义上说，学习和研究金融心理学具有一定的现实意义。

五、学习和研究金融心理学是适应科学技术发展，促进金融体制改革的需要

当代社会正处在一个飞跃发展和不断变革的时代，科学技术的发展向人类提出了强有力的挑战，因而对人的心理也提出了更高的要求。在新技术革命浪潮中，世界各国的竞争，归根结底是人才的竞争，是人的心理水平的竞争，是智力的竞争，谁要在竞争中保持优势，得到发展，谁就必须具备较高的心理素质和适应能力，而金融心理学则是强化其心理素质、提高人的智能的重要科学。

社会的进步，科学的发展，使改革的浪潮猛烈地冲击着金融，掀起了一次又一次的金融革命。我国金融体制改革从 1979 年开始，已走完了十年的历程，并仍然不断地向纵深发展。

金融体制改革是通过人、通过改革者的改革实践活动表现出来的，不言而喻，参与金融体制改革实践活动的人们，或者被改革大潮裹进来的人们，也都是有思想、有意志、有感情的，也都是有种种心理活动的。金融体制改革不仅是对金融体制、服务手段的改革，同时还包含着极其深刻的传统意识和社会心理的变革，金融心理既是改革的对象，同时又是改革的动力或阻力。确切地说，金融体制改革在很大程度上是由金融心理启动、导向、调节、控制的。回顾我国金融体制改革十年的实践，金融改革的兴起发展，正是由于金融内外在经济改革的大气候下，要求改革金融体制以适应经济体制改革和经济运行机制，也就是在要求改变长期以来的“大财政小银行”和银行做财政“出纳会计”的心理状况下启动发展的，同样，由于政策没有现成的模式仿效，也由于我国多年来形成的僵化思想、传统的惰性心理等，使得金融

体制改革艰巨复杂。有人对打破信贷资金"大锅饭"和开展银行业务竞争不习惯、不愉快；有人认为专业银行企业化管理与列宁提出的"大银行"思想背道而驰，是大逆不道，由此，形成对金融体制改革的心理阻力，因此，我们在深化金融体制改革的进程中，最要紧的是转变人们的观念，优化改革心理，以求变心理阻力为动力，为金融体制改革创造一个良好的心理环境。

第五节 金融心理学的研究方法

金融心理学的理论构成，几乎与心理学、社会学、公共关系学及行为科学等对人的心理和行为的研究均有关。因此，金融心理学的研究可以借助诸科学的许多研究方法。但是，金融心理学的研究，不管采用什么样的方法，都必须按照事物的本来面目反映，坚持用马克思主义的辩证唯物论作指导，这是金融心理学研究方法中应遵循的基本原则。具体说，金融心理学研究必须遵循下列原则。

一、金融心理学研究的基本原则

（一）客观性原则

金融行为本身是一种客观存在着的经济现象。在金融行为中，人的心理现象都是由客观存在引起的，并表现在社会经济运行实践活动之中。因此，研究金融行为中任何心理活动，都必须联系金融活动的客观实际，客观地、全面地分析在金融现实条件制约下的心理特点，揭示其心理发生、发展的规律，而不能主观臆测，或把人们的心理活动当作孤立存在的东西进行猜测与推

断。

（二）联系性原则

金融活动处于极其复杂的社会环境与自然环境之中，金融心理现象的产生必然要受到自然和社会诸多因素的影响和制约。在不同时间里、不同条件下，对同一刺激物的反映是不同的。即人对某种金融现象的反映，要受到时间、环境、主体状况等多种因素影响和制约。因此，对金融心理的研究、实验不仅要考虑引起心理现象的原因与条件，而且还要考虑与之相联系的其他因素的影响，要以联系的观点去分析探索金融心理。

（三）发展性原则

金融心理既然是客观事物的反映，也一定会随着客观事物的不断变化而发展。在金融活动中，随着周围客观事物的发展变化，金融心理也会随之发展变化，同时，由于时间等各种因素的作用，货币行为主体的个性心理特征也会发生变化。因此，我们研究金融行为中的心理，不仅要看到其目前的个性心理特征与心理状态，还要科学地预测其发展趋势；不仅要了解已经形成的心理品质、习惯行为，还要看到其未来发展，以发展的、变化的观点看待金融行为中的心理现象，掌握其心理规律。

二、金融心理学的研究方法

金融心理学是一门应用科学。由于它的研究对象是金融行为中的相互联系、相互影响的有思维、有人格、有感情的主体，因而也就决定了它在研究方法上的特殊性。它既不能象生物、化学、物理学那样可以借助显微镜、试剂、仪表等工具在严格的控制条件下进行定量和定性分析，也不能象数学、统计、计划学那样有严密的、复杂的模型和精确的计算，因为人的心理现象是人

的一种内在体验，它只能从人的行为、语言，及货币资金活动变化的分析中进行间接的测量和推理。

由于金融心理学处于建立之始，其理论体系和方法论都还不够完备，可以说还没有建立起自己的一套独特的研究方法体系。因此，目前它和其他心理学科一样，比较普遍地采用下列几种研究方法。

(一)观察法

观察法是指在金融实践活动中，有目的、有计划地观察、记录货币行为主体的言语和行为表现，并根据结果，分析、判断被观察对象的心理活动的特点和规律的一种方法。比如，我们可以用行为观察法研究群体挤兑银行存款的心理活动规律。

观察是一种专门的研究技术，无论进行哪种形式的观察，都必须按下列要求进行。

1. 对所要观察的问题，事先要有基本的了解，做好理论知识方面的准备。

2. 要有明确的观察目的，并据此选定好观察的对象，拟定好观察提纲。

3. 观察时务必使观察者处于自然状态，否则会影响观察结果的真实性。

4. 要客观、真实地记录观察到的事实，忌带主观偏见和猜测。

观察法由于是在自然情况下进行，被观察对象可以保持自己在心理上的自然表现，所得材料比较客观，但也有其片面性和局限性。由于它没有对被观察对象进行有意识地施以“为什么”的影响，因而得到的大量观察材料，往往很难了解到复杂的本质，难以深入全面地了解其心理活动过程，掌握它的必然性。

(二)实验法

实验法也是心理学研究的基本方法之一，即按照研究的目的，在严密控制的条件下，有计划地引起或改变被试者的某种心理活动，从而进行分析研究的方法。

金融心理学采用实验法，是为了对货币运行中引起人的心理现象变化诸多复杂因素进行严密的分析，从而揭示某种心理现象产生的原因。由于进行实验的条件不同，实验法通常分为自然实验法和实验室实验法两种。

自然实验法又称现场实验法。这种方法，就是在金融活动正常情况下，有目的地创造某些条件或变更某些条件，给货币行为主体的心理活动以一种特定的刺激或诱导，以促成被试者某种心理现象的出现。这种研究方法的优点是，它既可以主动地创造实验条件，具有主动性；又是在自然情境下进行的，具有真实性，能够按照一定的研究目的获得比较准确的材料，因而它在金融心理学中，有着广泛的应用范围。

实验室实验法，是在专门的实验室内借助各种特设的心理仪器和设备进行实验研究的方法，它可以严密分析货币行为中心理现象的某些方面，研究被试者的某种心理活动，所得的结果一般是准确的。例如，对银行客户和职工的情绪测定的实验等。但实验室实验法只能对一些简单的心理现象进行研究，而对一些复杂多样的个性心理特征，则具有较大的局限性，而且这种实验方法由于具有很大的“人工性”(即人为创造一些实验条件)，使所得的结果与实际情况存在一定的差距，因此，在金融心理学的研究中，这种实验法的应用范围不是很大。

(三)调查研究法

对于金融心理学来说，调查研究法是一种非常适用的重要研究方法，因为大量的金融心理活动是不易直接观察到的。对于那些不能直接观察到的心理现象，通过调查、访问、谈话、问卷等

方式来搜集有关材料，间接地了解被试者心理和行为活动，这种方法就称为调查研究法。

一般说，为了使调查的结果更接近实际，调查的对象必须具有代表性，即争取在样本上能够说明总体。为此，可以采取三种办法选择样本。

1.调查研究法的样本选择

(1)随机抽样。这是最主要的方法，它能使所要研究的总体和各部门、各层次、各群体中都有同等被抽选的可能。

(2)选择抽样。这是指研究者根据调查的要求，有意识地选择具有代表性的对象。

(3)类型抽样。这是指按照年龄、性别、地区、单位、行业、职业或其他因素分别抽样。

2.调查研究法的种类

在实际中调查研究法的种类多种多样，可以根据不同调查需要选择一种使用或几种方法综合使用。

(1)谈话法。即研究者在调查中通过面对面的谈话，以口头信息沟通的途径直接了解对方心理状态的一种方法。

运用谈话法时，要消除被试者的思想顾虑，使谈话过程中保持一种无拘束的和谐气氛，被试者的谈话真正反映其心理活动。同时，要善于通过与对方的谈话发现心理动向，以便进行有效的引导，保持谈话内容的主题和基本方向不走偏。

谈话法的优点是，简单易行，便于迅速获得第一手资料，因而使用范围较广，如储蓄动机、贷款需要调查均可采用谈话法。由于对被试者心理特点的结论必须从被试者回答的内容中去寻找，所以具有一定的局限性。

(2)问卷法。就是运用内容明确、表达简便的问卷量表，让被试者根据自己的心理活动，自行选择答案的一种研究方法。常用

的问卷量表有以下三种格式：是非法、选择法、等级排列法。

①是非法。要求被试者对问卷中的问题做出“是”或“否”的回答。

例如：你赞成提高贷款利率吗？是☑ 否☐

你节余的货币存到银行吗？是☐ 否☑

②选择法。该方法要求被试者从并列的两种假设中，做出选择。

例如：
- 我希望银行开办保值储蓄。☑
- 我认为开办保值储蓄没有必要。☐

③等级排列法。该法要求被试者对多种可供选择的项目，按其重要程序，依次排列。

例如：我偏好的价值保持形式是：货币、债券、股票、金、银、高档耐用消费品、土地、房屋。

问卷法的优点，可以在较短时间内取得大量的广泛的材料，并使结果达到数量化、程序化。目前大量的社会心理调查均采用这种问卷法。但是用这种方法取得的材料一般很难进行质量分析，因而也无法用其所得的结论直接与被试者的实际行为进行比较。

以上几种方法在金融心理学的研究中均有一定的应用价值，各有其长处，也各有其一定的局限性。在通常情况下，进行金融心理学的研究并不只是采用一种方法，而是根据调查需要和实际情况同时采用几种方法，相互结合起来进行。在金融心理学的研究工作中，只有坚持理论联系实际，坚持客观性、联系性和发展性原则，采用科学的研究方法，才能更充分、更准确地掌握金融行为中人的心理现象及一般规律。

第二章　个体心理与货币行为

前面我们多处提到过货币行为这个概念。所谓货币行为，简单说就是人的货币活动，是指在一定心理因素下，人的货币活动表现出不同的形态。用公式表示，则为：

$$B_M=f\ (P \cdot M \cdot E)$$

式中：B_M ——货币行为

P ——个体——内在心理

M ——货币——工具

E ——环境——外界影响（经济、政治、社会等）

上式表示货币行为(B_M)是个体(P)与环境(E)通过货币(M)相互作用所发生的函数或结果。

在现实中，尽管条件相同，但表现的货币行为常常是不同的，这是因为人们各自的社会经济生活实践不同，彼此形成了各自所特有的心理和行为特征。在心理学中把这种现象称为个体心理差异。个体心理是群体心理与行为和组织心理与行为的基础，也是金融心理学的重要基础。本章将在研究个体心理这一基础上，侧重研究个体的货币需要、偏好及影响货币行为的其他个体心理因素。

第一节　关于对个体和个性的考察

一、个体的一般概念

任何一个人，都具有相似的形体组成和解剖结构上的特点，并且有意识、会思维、利用语言进行交流，能制造和使用各种工具进行生产流通活动。上述这些特点体现在每一个具体的人身上就是个体。简单说，对于人所具有的自然和社会实质结合在一个具体人身上，表明这个人的完整性和不可分割的特征称为个体。

在金融心理学中，我们把所具有商品经济活动认识和实践能力的人，都看作货币行为的个体。

二、个性的一般概念

个性是个体带有倾向性、本质的、比较稳定的心理特征总和，其中包括气质、性格、能力等。个性是在个体生理素质的基础上，在一定历史条件下，通过社会实践活动形成和发展的。古代著名思想家孔子把人的个性划分为五种类型：一是庸人；二是士人；三是君子；四是贤人；五是圣人。

个性与个体是两个既有区别又有联系的概念，作为个体的人，他既是一个生物的实体，又是一个社会的实体，而人的个性，主要是指那些受社会物质生活条件影响而形成的整个精神面貌。

三、个性心理特征

个性心理特征是个性结构中比较稳定的成份。它表明一个人典型的心理特点和行为模式，它是一个人在固有的生理基础上，在能动地反映客观现实和积极地改造客观现实的活动中逐渐形成的稳定的心理构成物。它主要包括一个人在能力、气质和性格等方面的特征，是人们个别差异的主要方面。个性心理特征反映在货币行为上，即货币行为的稳定性和多样性，体现了每个人的货币行为兴趣、能力、气质和性格的差异。

（一）货币行为的能力差异

能力，是人们能够顺利地完成某种活动，并直接影响活动效果的个性心理特征。人们要顺利完成某种活动，常常需要各种能力的结合，既需要一般的能力，如注意能力、思考能力、想象能力和观察能力等，也需要一些特殊的能力，如计算能力、分析能力、判断能力和管理能力等。两种能力彼此联系，相互促进，共同发挥作用。当然，各种活动所需要的能力并不相同，它们各自都具有所特有的能力结构，例如：人们购买商品或支付劳务是一种简单的货币行为，一般只要求判断能力、计算能力等就可以了，但是，对于贷款、投资、有价证券买卖等货币行为，相比之下要复杂得多，需要具备专业知识，具有预测能力、决策能力、经营管理能力，以及敏锐的观察能力，反映灵活，否则，其货币行为就很难获得成功。

由于人的能力形成与发展的一般条件，即人的素质、社会实践、文化教育和主观努力等不尽相同，因而不仅存在着一般能力与特殊能力在数量上和质量上的差异，还存在发展水平上的差异，这些差异构成了人的能力的个别差异。一个人的能力是在实践活动中表现出来的，这种活动能否取得好（坏）的效果，则是衡

量其能力大小的重要依据。在货币行为中，同样内容的货币行为，有的能获得理想的效果收益，而有的可能没有效果或收益，甚至造成损失。不同的结果一定程度地反映了人们货币行为的能力差异。

当今闻名于世的"世界船王"——香港环球航运集团主席包玉刚先生，他的创业之路是 1955 年从日本银行贷款 77 万美元，购买一艘已用了 28 年、排水量仅为 8000 吨级的旧货船开始的，其以后的兴旺和发展也是以汇丰银行越来越多的贷款投资为后盾的。包玉刚的事业成功因素之一，就是在于他善于运用银行贷款，换句话说，他的货币行为能力是非凡的。这一点与包玉刚年轻时担任过银行副经理，熟知金融经济很有关系。

在现代金融经济日益发展的条件下，货币实践活动显得更为复杂多样化，对于人们的货币行为能力要求越来越高。因此，作为经营管理货币资金的金融部门，应当不断通过各种形式更新社会的金融意识，帮助人们提高货币行为能力，以此提高货币资金效益。对于银行的贷款者，其货币行为能力也应成为贷款的重要条件之一，以减少银行贷款风险。

（二）货币行为的兴趣差异

兴趣是人们力求认识某种事物或爱好某种活动的倾向。这种倾向是和一定的感情相联系的。人们对某种事物或某项活动发生了兴趣，就会促使他去接触、关心、探索这种事物或热情地从事这种活动。兴趣不是对事物的表面关心，任何一种兴趣都会使人获得这方面的知识或从事该项活动而体验到情绪上的满足，并唤起人们不断努力钻研的劲头。因此，兴趣在人的生活和活动中的意义是巨大的，它是鼓舞人们从事活动，推动其发展的重要力量。

在我们的现实生活中，很容易发现任何两个人的兴趣不可

能是完全相同的，换言之，人们的兴趣存在某些差异，如有的人对这一活动感兴趣，而有的人对另一活动感兴趣；有的人兴趣广泛，有的人则兴趣狭窄。在货币行为中，也表现出兴趣上的某些差异。如，有人对银行储蓄很感兴趣，喜欢把钱存到银行，而有的人对储蓄缺乏兴趣，把钱压在箱底。正是兴趣上的这种差异，推动着人们积极从事各种各样的活动。

兴趣的差异性说明了兴趣不是先天就有的，它是在需要的基础上建立起来的。人们通过对某种事物的反复接触和了解，并随着有关知识经验的不断积累，就逐渐形成和发展了对这种事物的兴趣。据报载：日本国民普遍对货币行为有着广泛浓厚的兴趣。在日本，100%的成年人知道金融机构是干什么的，89%的人能说出金融机构的分类，99%的人在银行有存款，67%的人手中持有股票，80%的人购买债券，30%的人接受银行贷款。日本人之所以对货币行为有如此广泛的兴趣，主要是因为日本经济发达，政府部门和金融机构重视金融宣传教育，重视培养和诱导公众对金融和金融实践的兴趣。由于日本人对货币行为怀有广泛浓厚的兴趣，积极参与金融实践活动，又进一步促进了日本金融业的蓬勃发展。在今天，日本已成为世界金融最为发达的国家之一。日本的这一经验对我们很有启发。为了推动和发展我国的金融事业，很有必要重视加强对全社会的金融宣传教育，清除陈旧的思想观念，培养金融意识，增强货币行为能力，进一步推动我国金融与经济的繁荣发展。

（三）货币行为的气质差异

气质，是人的典型的、稳定的心理特征，它突出地表现为人的心理活动方面的动力特点，这种动力特点，是个体在情感和动作方面的表现，它反映了一个人心理活动过程进行的速度、强度、稳定性和指向性，使人在性格上表现出明显的个人色彩。

气质是一个古老的概念，最早是由古希腊医生波希克利特(Hippocrates，公元前 460—前 377 年)提出来的，他认为人体内有四种液体：血液、粘液、黄胆液、黑胆液，并根据它们在人体的不同比例，把人们分成四种不同的气质类型：多血质、粘液质、胆汁质、抑郁质，这种说法虽然缺乏科学根据。但是现实生活中，却能找到这四种典型的代表，所以两千多年来，气质这个名称，一直为许多学者所采纳。

近代，苏联生理学家巴甫洛夫为气质提供了自然科学的基础。他发现人的高级神经活动的兴奋过程和抑制过程，在强度、平衡性和灵活性等方面都具有不同的特点，这些特点的不同组合就形成了高级神经活动的类型，表现在行为方式上就是气质。他认为，人的高级神经活动类型主要有兴奋型、沉静型、活泼型、安静型。

上述四种高级神经活动类型刚好是希氏所提出的四种气质类型的生理基础，两种划分有相似之处。

气质这种典型而稳定的个性心理特征，对人们的货币行为影响是比较深刻的。虽然个体的气质特点，在日常的货币行为不易明显反映出来，但在个体带有特性的言谈举止、带特性的反映速度、带特性的精神状态、带特性的风险行动等表现中，都会不同程度地将气质反映出来。例如，在人们的经济生活中，当流通中的货币量大大超过实际需要量时，容易引起货币贬值、物价上涨，即通货膨胀。对于通货膨胀这种畸型的经济现象，不同气质的人做出的反映是不同的，换句话说，反映了个体的气质。有人面对突如其来的通货膨胀，会表现出情绪激烈、焦躁不安、恐惧忧虑、行动迅速(如迅速挤提储蓄存款、抢购商品等)，这种人一般属于胆汁质的气质类型；有人对通货膨胀反映迟钝、将信将疑、情感变化缓慢、货币行为谨慎，这种人一般属于抑郁质的气

质类型。出现通货膨胀时，反映敏感、情绪激烈、在群体中传播信息，但缺乏主见、见异思迁、经常改变自己的货币行为，这种人一般属于多血质的气质类型。还有一种人，对通货膨胀反映极为迟钝，甚至无动于衷、沉默寡言，对物价上涨的自制力很强、善于忍耐，货币行为不多、方式简单，这种人一般属于粘液质的气质类型。

气质类型虽然不能决定一个人的货币行为内容和方向，然而它往往能够影响一个人的活动性质和行为效果。因此，认识人的气质类型，有助于根据人的气质特点，加强金融宣传教育，引导人们的货币行为，有效地开拓银行业务工作，同时对合理安排银行职工工作，提高工作效益和管理水平也都有一定的积极作用。

（四）货币行为的性格差异

性格，是表现在人对事物的态度和行为方式中的个性心理特征，是人的本质属性与某一个体的独特结合，是一个人区别于他人的集中表现。当我们了解了一个人的性格时，就会了解到由其所具备的某种态度而产生的行为方式。

习惯的货币行为方式，首先决定于他对现实的态度。一个人对某种金融活动的态度和反映，如果在其生活经验中巩固起来了，就会成为他在一定场合中习惯的货币行为方式，也就构成了他的某种性格特征。如，对现金、储蓄、负债、利息和股票的态度等，人们在这些方面可以表现出截然不同的性格特征，有的人重视信誉、勤俭节约、敢于负债、热心投资，而有的人则善于投机诈骗、挥霍奢侈，忌讳负债、害怕投资风险等，这些明显的特点都是人们在处理各种社会经济关系方面所表现出来的性格特点。

个体习惯的货币行为方式，还取决于各自认识、情绪和意志这些心理过程的不同特点。在认识方面的个体差异，有的能主动

地研究国家的金融政策，分析金融势态，权衡利弊，预测和选择货币行为；而有的则是被动的接受外界社会的刺激。在情绪方面的个体差异，有的稳定持久，长期地保持节约的习惯，善于控制货币行为，热心参加储蓄；而有的时而生活俭朴，时而超前消费，起伏大，行为易受情绪冲动的影响。在意志方面的个体差异，有的人货币行为有明确的目的，以确定的目标来调节自己的货币行为；但也有人货币行为目的是模糊的，有时是盲从的。这些不同的心理过程对货币行为的影响，就构成了性格的理智、情绪、意志特点，这些特点对人们的货币活动的自我调节都会起到一定的作用。

性格在人的身上具有核心意义，它表现在人的全部货币行为之中，标志着一个人的品德和世界观。一个人的兴趣、能力、气质都受性格的影响，并以性格为转移。

个体的能力、气质和性格等个体心理特征，对于个体的货币行为影响是明显的，是构成不同货币行为的重要心理基础。金融心理学研究个体的个性心理特征，有着重要的实践意义。在金融管理和服务工作上，由于对货币行为个体的个性心理特征有所感受，对心理特征与货币行为的关系有所了解，就能够较好地掌握个体的货币心理和货币行为产生、发展和变化的一般规律，根据个体心理活动的不同特点，制定适应心理的金融政策和管理办法，运用多种服务方式与心理方法，加强金融管理，提高服务质量。在银行管理上，由于对银行职工心理特点的认识，就能分析这些特点的因素，提出改变和发展这些特点的教育措施，从而调动具有职工心理特点的积极因素，不断提高银行管理水平和工作效率。

第二节　个体的货币需要

货币需要理论是货币理论的重要组成部分。目前构成我国货币需要理论是马克思关于货币理论的有关论述，确切地说，是马克思关于货币必要量的思想。它所研究的是一个国家在一定时期内经济发展与商品流通对货币提出的总量的需要，其基本公式是：

$$\frac{\text{商品价格总额}}{\text{同名货币的流通速度}} = \text{执行流通手段职能的货币量}$$

这就是著名的$\frac{PQ}{V}=M$模型。显而易见，这是一种“宏观货币需要理论”，是我们必须遵循的货币流通规律。本书仅从微观角度出发，研究个体(包括政府部门、企业、机关团体)的货币需要及外部经济环境对货币需要的影响。这里，我们把货币需要完全作为一个心理学范畴来研究。

一、货币需要

需要是人的一种心理现象，它表现为人对客观事物的渴求和欲望，而成为人的行为的直接导因和原动力。从某种意义上来讲，人类的一切经济活动都是为了满足其物质和文化生活的需要。

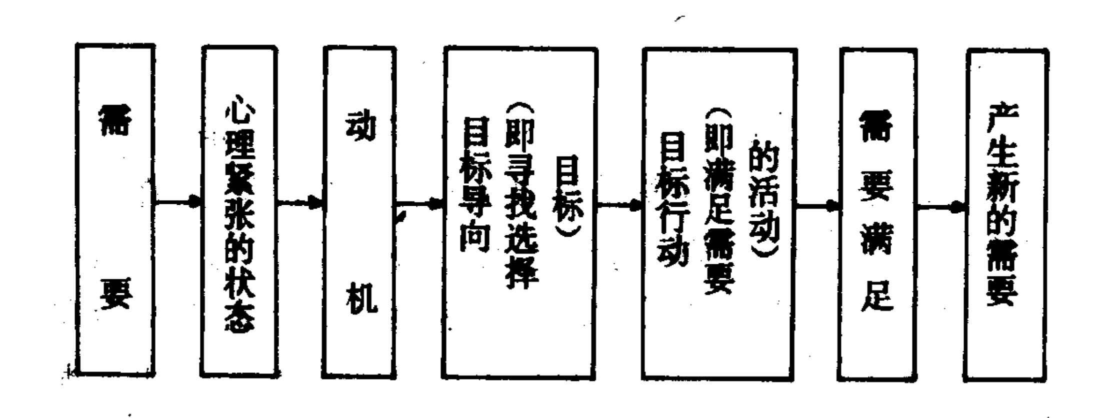
货币是固定充当一般等价物的特殊商品，它具有交易媒介、价值标准、价值贮藏、延期支付的职能，是人们反映需要、满足需要的手段。任何商品经济的需要，首先表现为对货币的需要。货币需要是商品经济条件下人们生活不可缺少的需要之一。也就是说，货币需要是个体的一种主观愿望，而这种主观愿望是人们对客观条件需求的反映。例如，企业领导者想借一笔银行贷款，

这是一种主观愿望，但这个愿望并不是从天上掉下来的，而是在现有条件下，将维持、发展企业生产经营的客观需要转化为人的主观愿望的一种反应。

因此，我们从心理角度考察货币需要时，必须强调以下两点：一是货币需要尽管解释为一种欲望，但这种欲望不是无限的，"它往往是指购买的愿望与能力的结合"①；二是货币愿望是由需求主体经济利益决定的各种货币行为。

金融心理学认为，货币需要是货币运动和发展的原动力。当人们产生了某种货币需要时，心理上就会产生不安与紧张的情绪，成为一种内在的驱动力，心理学上称之为动机。有了动机就要寻找、选择货币目标，即目标导向行为。当货币目标找到后，就进行满足需要的活动，货币目标行为告成，需要满足了，人的心理紧张状态就消除了。然后又有新的货币需要发生，再引起第二个动机和行为。货币需要运动过程见图 2—1。

图 2—1　货币需要运动过程



货币需要的主体是人。货币需要不仅始于人，而且以人而展

① 《李嘉图著作与通信集》，商务印书馆 1980 年，第 90 页。

开。作为货币经济活动的参与者，由于他所处的位置不同，所担任的角色也不同，他可能是管理者、投资者、告贷者，同时又是消费者，他们的经济活动对货币需要都将产生重要的影响。其中，政府部门、企业、个人是构成货币需要的主体。

(一)政府部门的货币需要

在我国，无论是经济体制改革前，还是改革后，各级政府部门所需要的货币主要包括行政经费和各项投资两大块。这几年，国家对行政事业单位的经费开支进行了经费包干，对于控制经费开支、抑制货币需要起到了一定积极作用。但是，在改革过程中，各种名目繁多的行政机构有增无减，行政管理人员急剧增加，加上一部分单位相互攀比，超前消费，如添置高档豪华办公器具，购买高级小汽车，公费旅游，滥发钱物等，使政府部门的货币需要急剧膨胀，最终结果常常是财政预算入不敷出，不得不通过发行货币来弥补财政赤字。

由于我国现行经济体制中政企关系不明晰，各级政府的政治角色与经济角色相混同，争投资，争项目，成为政府部门十分热心的追求，有些学者称之为“投资饥渴症”。

在货币控制软约束的条件下，地方政府追求“诸侯”各方利益和受攀比心理影响，使货币需要具有更大的扩张性。在地方财政实行包干等城市经济体制改革以后，各省(市)、地、县、区都把自己作为国家的这一地区代表，为了满足本地区经济发展和人民生活的需要，都存在着扩张自己主持事业的欲望，尽可能地增加货币需要。这种货币需要，往往不是根据自己的财力、物力来考虑，而完全从自身利益出发，起源于经济决策者的心理驱动。

总之，在我国货币总需要中，政府对货币的需要占有很重要的地位，而目前我国金融研究中对这一货币需要特点认识不足和缺乏有效的控制手段，使之成为货币需要膨胀的一个重要因

素之一。

(二)企业的货币需要

企业的货币需要是我国货币需要的另一个重要部分。在经济体制改革前,国营企业无投资自主权,不承但任何经营风险,生产按国家计划进行,盈利全交,亏损全补,企业的货币需要实际上是政府的货币需要(也包含一些由于企业领导者扩大其掌管范围的"冲动"所激发的需要因素)。经济体制改革后,实行了有计划的商品经济,企业自主权扩大,盈亏状况与企业自身利益建立了一定的联系,形成了以企业为主体的具有自身利益要求的货币需要。

凯恩斯在研究企业家的货币需要动机时提出,货币需要主要有四种:交易的需要;谨慎的需要;预防的需要和投机的需要。凯恩斯的货币需要分析理论值得我们借鉴。在我国有计划的商品经济条件下,生产企业对货币的需要也可分为四个部分。

1. 经营需要。在生产和流通周期内,企业为了应付开支,需要有一定数量的流动资金,以保证生产和流通的正常进行。

2. 预防需要。企业为了谋求某种利益,愿意承担占压资金成本损失而储备紧缺的生产资料。形成这种需要的原因:一是生产经营单位的储备成本加银行贷款利息小于或等于未来的机会收益;二是预期未来资金十分紧张,预先向银行借款;三是商品市场价格上涨高于银行利率,企业不愿冒通货膨胀的危险。

3. 投资需要。企业为了扩大生产经营规模,需要投入资金,进行技术改造和基本建设。

4. 所得需要。企业在收入与支出之间,需要持有一部分现金用于支付职工工资、福利和奖金等。

以上我国企业四种货币需要中,经营需要、预防需要、所得需要的变化一般不是很大,是比较稳定的需要,但投资需要变化

较大，对我国经济的影响也比较大。在西方国家，投资需要是由资本预期率与预期利率之差决定的，这个正差越大，则企业投资需要越大，反之，则企业投资需要越小，这决定了企业的投资愿望要受到企业的自我约束。而在我国，投资软约束，投资需要始终处于旺盛状态。企业投资权责不明，企业只负盈，不负亏，投资不担风险，这使得企业为了追求产值利润、企业升级、职工福利、领导者政绩和社会地位等目的，不断扩张投资，通过增加投资来获得满足，而且刚完成一项投资，暂时满足了投资饥渴，又很快产生新的投资饥渴，并且比以往更强烈。这种投资"扩张冲动"，已成为经济生活中一个顽症。

（三）个人的货币需要

我国个人对货币的需要主要是为了购买生活资料和作为预防之需。这种需要表现为对工资、奖金、福利和农副产品收入等的欲望。我国个人的货币需要分为城镇职工和农民两个部分。

在传统经济体制下，职工的货币需要主要表现为工资收入，由于国家对单位的工资基金实行严格的计划管理，工资调整必须在全国统一部署下进行，工资基金预算是硬约束。实行经济体制改革后，企事业单位逐步恢复了奖金制度、计件工资、效益工资等，承包、租赁企业工资制度还具有更大的灵活性，这一系列的改革使职工的货币需要多样化、软约束。又由于我国职工就业后，一般都不会失业，工资收入只增不降，致使职工货币需要刚性。

农民的货币收入主要来源于出售农副产品和劳务收入。在农村改革前，农民主要是实物收入，货币收入只占全部收入的很小一部分。农村经济改革后，农民的货币收入有了很大的增加。而且随着乡镇企业和工副业的不断发展，使大量的农村剩余劳动力转向工业、商业、建筑业和服务业，农民的货币收入正在向

多渠道、多层次发展。

无论是城镇职工，还是农民，其货币需要内容不外乎消费需要和投资需要。前者是人们为了满足各种消费(包含享受)而需要持有一定货币；后者是人们为满足投资愿望而产生的货币需要。即保有一笔现金去购买金融资产，包括股票、债券等。在目前我国现有经济条件下，货币已经具有资产性，它的增殖率——利息率便成为持有它的成本。人们持有货币，不再单纯用于消费，而是越来越多地用于进行投资，追求投资收益。到目前为止，我国共发行了用于个人购买的各种债券股票达500多亿元，人们对货币投资需要的发展趋势，必将对我国货币需要产生深刻的影响。

无论是个人的货币需要，还是企业、政府部门的货币需要，都是在一定的经济条件下产生的。因此，研究货币需要必须结合我国的现实。就我国的经济说，经济金融制度、经济发展水平、国民的消费持币习惯、金融意识等都与西方发达的市场经济国家有显著不同，我们研究货币需要问题必须注意到我国国情，这样，才能比较准确地把握我国货币需要的决定机制问题。从目前我国经济现实分析，影响我国货币需要的主要心理因素是：

1.“财不外露”、“树大招风”的传统习惯，使一部分人手中有钱不愿存入银行而将它藏之于室，特别是在农村，这种现象尤为严重。

2.崇尚节俭的心理使人们往往先储蓄、后消费，抑制需求，这与西方国家提倡高消费、刺激需要是不同的。

3.国家对企业既保护、又约束的“父爱主义”和投资不担责任、不担风险的体制，刺激了企业向国家争投资、争贷款的欲望。

4.由于企业资金管理上的“大锅饭”和“平均主义”弊病没有彻底根除，一方面大量流动资金沉淀，另一方面要求增加资金呼

声很高。企业缺乏资金效益观念，资金占压浪费的现象仍相当普遍，这种旧制度下形成的货币行为及不良习惯，造成企业对货币具有难以节制的需求。

5. 在金融资产形式比较单一和金融市场远没有完全形成的环境下，人们经历了长期的产品经济后，还缺乏进入金融市场的兴趣，对投资的欲望普遍不高。

6. 对未来价格的预期也是影响货币需要的一个重要因素。如果企业、个人或机关团体预期未来市场价格要下跌，那么，他们就愿意多持有货币，而可能推迟购买。因为，货币的购买力预期要提高，以后购买商品比现在购买更合算。如果预期价格会提高，结果是相反的，他们会尽量用去手中持有的货币，力图在价格上涨之前购进。特别是经过前几年几经抢购风潮之后，人们普遍存在"买涨不买落"的心理和货币行为。

7. 我国是一个资金短缺的国家，企业和个人取得银行贷款或向金融市场融资的可靠性和方便性不大，在这种情况下，企业宁可负担利息损失，也想多持有一定货币，以备在资金紧张而又难以取得贷款时有钱可用。

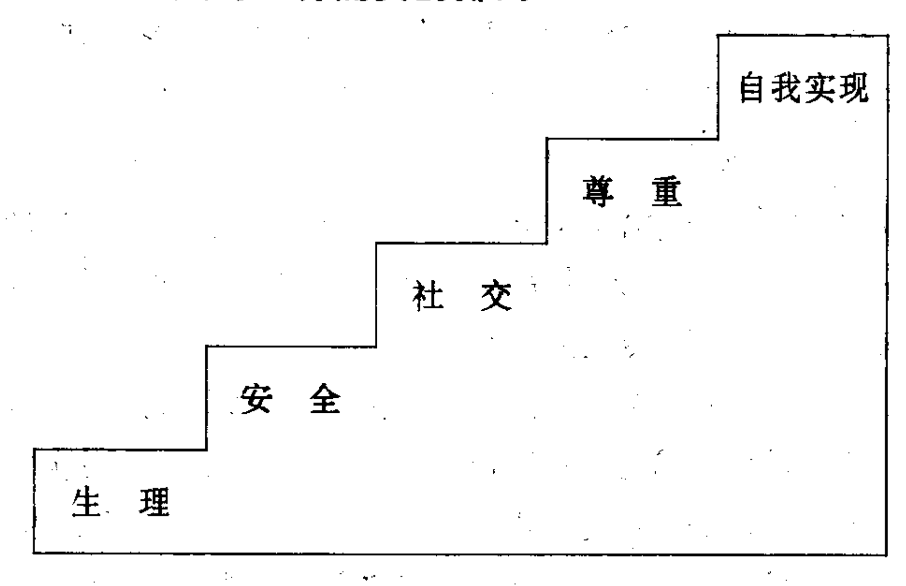
二、货币需要层次

近代国外不少心理学家对人的需要进行了多方面的研究，提出了许多有关需要的理论。其中，美国心理学家马斯洛（A · B · Maslow）提出的"需要层次论"受到人们的广泛重视，成为揭示需要规律的重要理论。

（一）需要层次论

马斯洛认为，人的基本需要可以归纳为五类。这五类需要有从低级到高级的层次（见图 2—2）。

图 2—2　人的五种需要的排列



1. 生理需要。这是人类最原始的、最基本的需要，它指饥有食物、渴有饮料、寒暑有衣服和庇护所等。这种需要如果不能满足，就有生存的危险，所以是最强烈、最迫切的需要。马斯洛认为，如果一个人受生理需要所支配，其他需要都要退到次要的地位。

2. 安全需要。这是要求劳动安全、职业安全、生活稳定，希望免于灾难、未来有保障，要求劳动防护、社会保险、退休金等，假使一个人的生理需要已基本上获得满足，接下来就会出现安全需要的定势。

3. 社交需要。社交需要又称归属与爱的需要。当前两项需要基本满足后，社交需要就成为强烈的动机。人们需要社会交往，从属于某一组织或某一团体，并在其中发挥作用，得到承认；希望同伴之间保持友谊和融洽的关系，希望得到亲友的爱，等等。

4. 尊重的需要。人们需要自尊、自重或为他人所尊重。尊重需要可分为内部尊重和外部尊重。内部尊重指希望自己在不同

环境中有实力，能胜任工作，充满信心，能独立自主。外部尊重指一个人希望有地位、有威望，受到别人的尊重、信赖和高度评价。尊重需要一旦成为推动力，人就会具有持久的干劲。

5. 自我实现的需要。自我实现的需要是指人们希望胜任工作，充分发挥自己的潜力，表现自己的才干，实现个人的理想抱负。马斯洛认为这是人的需要层次中最高的一种需要，并认为“自我实现者才是社会上最有价值的人”。

马斯洛认为，人的需要总是由低级向高级发展的，即高级需要的出现是以低级需要为条件的。一个人只有当低层次需要获得基本满足后，高一层次的需要才会充分发挥。他又认为，这种需要层次逐级上升，并不遵照“全”或“无”的规律。任何一种需要并不因为下一个高层次需要的发展而告消灭。各层次的需要相互依赖和重叠。

(二)货币需要层次

上面我们介绍了马斯洛的需要层次论。那么，作为衡量和表现人们经济生活需要的货币需要，客观上也存在层次问题。以企业对货币需要为例，货币需要有四个层次。

1. 对货币的生存需要。企业维持生存的基本条件是简单再生产得以进行，而简单再生产需要货币以购进必需的原材料、燃料和支付工人工资等。那么，起于这一心理的货币需要，称为维持生存的需要。这一层次的货币需要是企业生存必不可少的需要，也是最迫切要求满足的需要，若这一层次的需要得不到满足，社会经济运行就要受到影响。所以，货币供给首先要计算和满足这一层次的需要。

2. 对货币的预防需要。这是指企业要保留一部分现金或存款，用于防备意外、保障企业安全，或用来应付未能预卜的机会之需。经济是变化莫测的，企业随时都可能有风险或波折，每一

个企业为了满足安全感和预防心理，都需要一定的货币。

3. 对货币的发展需要。当企业预防和保障需要得到满足后，企业需要货币追加投资，用于扩大再生产，追求更高的利润，以促进自身的不断发展，即第三层次的货币需要。

4. 对货币的社会赞誉需要。当企业发展这一层次的货币需要基本满足后，企业都期望获得社会的赞誉，包括捐款、赞助、无偿投资、扶植公益事业，办慈善机构等，这一货币需要是最高层次的货币需要。

以上四个层次的货币需要的观点归纳起来，不外乎两个方面的货币需要，一是商品生产流通所形成的货币需要；一是人们追求自身利益和自我实现而产生的需要，即资产需要。前者是物本货币需要，是商品经济运行对货币支付手段的数量要求，称为低级需要；后者主要是人本货币需要，是作为经济主体的个人、企业和政府部门如何争取最大利益而产生的货币需要，称为高级需要。

以上四种需要的关系如下。

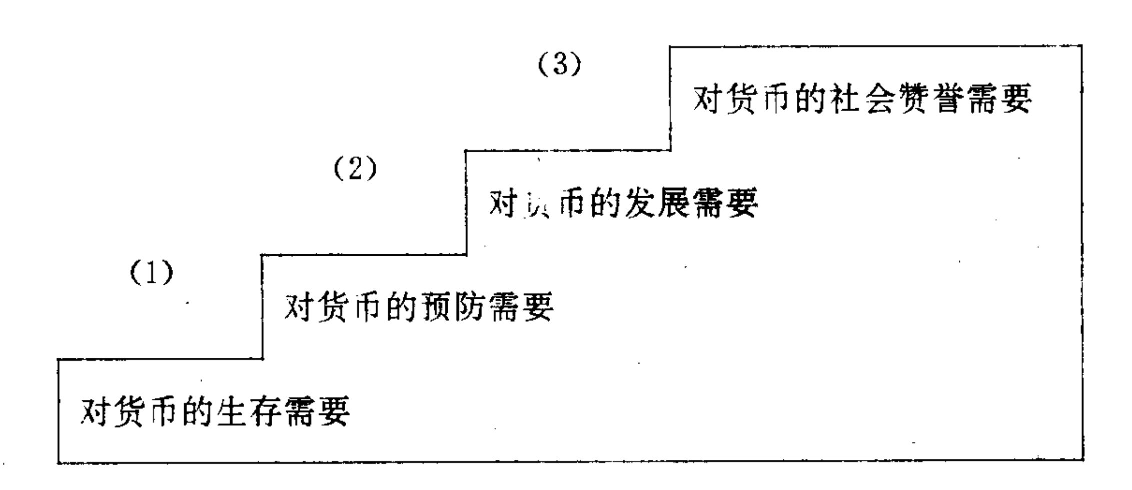
其一，四种货币需要象阶梯一样从低到高，但这种次序不是完全固定的，是可以变化的。也有种种例外情况。

其二，一个层次的货币需要相对满足了，就会向高一层次发展。这四种货币需要不可能完全满足，愈到上层，满足的百分比愈低。

其三，同一时期内，可能同时存在几种货币需要，因为经济主体的行为是受多种需要支配的，但是每一时期内总有一种货币需要占支配地位。

其四，任何一种货币需要并不因为下一层次货币需要满足而告消失，各层次的货币需要相互依赖与重叠。高层次的货币需要发展后，低层次的货币需要仍然存在。

图 2—3 四种货币需要的排列



三、解决货币需要的原则

解决货币需要的实质，是正确处理稳定通货与经济发展的关系。从目前我国的现实情况来看，解决货币需要应遵循以下几条原则。

（一）稳定货币原则

稳定货币，其内涵是把货币供应量控制在货币需要量所允许的上下限范围内。事实上，要使货币供应量完全等于货币需要量，这几乎是不可能的事，也很难找到一个合理的尺度。同样，绝对的货币稳定从来是不存在的，即使在金属货币流通的条件下也是如此，因此，坚持稳定货币原则，就是使货币供应量与货币需要量处于基本相适应的动态趋势，但不是凝固不变的。

（二）发展经济原则

促进经济的发展，离不开货币资金这一总的范畴。银行必须认真地遵循货币运动规律和信贷资金运动规律，通过货币和信

贷资金运动，直接渗透到社会再生产各个领域，有力地影响整个经济的发展进程。但是，银行通过货币及信贷资金促进经济发展是有限的，其限度在于国民经济正常发展条件下可能允许的货币供应量及信贷扩张程度。

有一种观点认为，轻微的财政货币发行，可以刺激经济的增长，其实这是凯恩斯时代，针对西方国家“生产过剩”、需要不足情况下提出来的一种理论，它不适合于我国的国情。

中国是一个发展中的社会主义国家，中国的国情是人口多、底子薄，物产资源、生产能力、商品供应等按人口一平均，都是比较贫乏的。所以，多年来的经济生活是商品短缺和供应不足。近年来，出现的所谓市场疲软，也是结构性疲软，而不是整个社会“生产过剩”。解决货币需要必须从中国的国情出发，坚持量力而行、收支平衡的方针。正如邓小平同志指出的那样：“生产建设、行政设施、人民生活改善，都要量力而行，量入为出，这就是实事求是”。

（三）“区别对待，择优扶植”原则

“区别对待，择优扶植”是信贷工作中的一项政策，也是解决货币需要所必须遵循的原则，其内容是货币供给应在调查研究的基础上，区别不同层次的货币需要，不同行业、企业的货币需要，做到应满足的需要一定满足，该压缩的需要坚决压缩，有所鼓励、有所区别，把货币和信贷资金用到人民生活、社会生产最需要和经济效益最好的方面去。

四、货币需要的测算

货币需要测算的办法有三种：从个体的行为加以推论；利用主观报告；应用现代数量论进行技术测算。

(一)行为推断

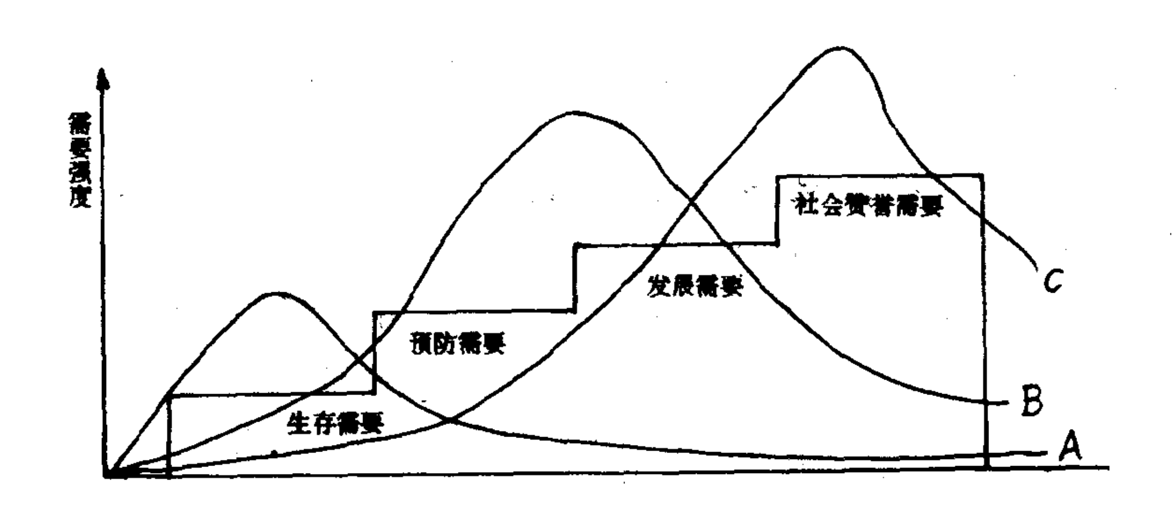
这种办法是应用个体行为的特征作为依据,来判断经济主体对货币的需要。

从图 2—4 曲线 A 中,可以推断这个主体对货币的生存需要最为迫切,其次是货币的预防需要,而对其他两种高层次的货币需要是很微弱的,甚至可以说没有这种需要。

从曲线 B 中可以看出,主体最强烈的货币需要是货币的预防和发展的需要,其次才是货币的生存需要。

从曲线 C 中,可以看到主体主要是追求对货币的社会赞誉需要,其他生存、预防和发展层次的需要已经退居末位了。

图 2—4 货币需要行为推断方法



行为特点(通过个体注意、追求、选择某一特殊对象及偏好特点加以判断)

当然,仅仅利用一个特点,不能理解个体整个的货币需要情况,但将几个特点汇集到一起,就可以给实验者(或分析者)以一种比较可信的结果。

(二)主观报告

如果需要对主体欲望和动机作进一步的了解，就必须选择一定的需要主体对象，采用直接询问的方法，询问被试者他所需要的货币用途是什么，占全部货币需要的比重是多少。这里可以采用等级表的方法来测量其欲望的强度，这个量表如下：

对厂长的询问：

……我迫切希望增加投资　(－2)

……我希望增加投资　(－1)

……对增加投资无关紧要　(0)

……我想保持现有的规模　(1)

……我想压缩现有生产　(2)

有许多心理学家对采用“主观报告”的方法提出许多不同的意见。他们认为有些人对其实际情况往往不作真实回答，而且对个体的询问很难推算全体的需要。为了克服这种方法的主观性和不全面性，所以，还可以采用现代数量论技术。

(三)现代数量论

现代数量论是以米尔顿·弗里德曼为代表的货币学派提出的一种研究货币需要的理论。弗里德曼认为，影响货币需要的因素是多种多样的，他用一个多元函数来表示货币需要。

$$Md=f\left(P, rb, re, \frac{1}{p}\frac{dp}{dt}, Y, W, U\right)$$

其中：Md——名义货币需要量；

f——代表函数关系；

P——是物价水平；

rb——是固定收益的债券利率；

re——是非固定收益的证券利率；

$\frac{1}{p}\cdot\frac{dp}{dt}$——是物价变动率；

Y ——是永恒所得；

W ——是非人力资本即物资资本在财富中所占的比例；

U ——是反映主观偏好和风尚及客观技术与制度等因素的综合变数。

影响货币需要的除上六个因素外，还有其他一些因素，如货币提供的效用，对未来经济波动程度的预期，现有资本的交易量等。

弗里德曼提出的上述函数关系式，是指单个财富持有者的货币需要。但是，只要略去分配对Y和W这些变量的影响，把M和Y分别看作按人口平均的货币持有量和实际收入，W为非人力财富持有的总财富中的一部分，这个函数就能适用于整个社会。

五、微观与宏观货币需要理论的比较

在本节的前面已指出，我们这里所研究的货币需要是从微观角度出发，研究个体的货币需要，属于微观货币需要分析。那么，微观与宏观货币需要分析的主要差别是什么呢？

第一，从研究方法的角度看，微观货币需要理论是从人们的主观动机出发的，讲的是人们的心理习惯和对未来经济预期而做出持有货币或不持有货币、持有多少货币的选择，这种选择是主观的。而宏观货币需要理论则是从国民经济总体出发，讲的是一种"客观"需要量，是物的货币需要。

第二，微观货币需要理论的着眼点是研究一个人或企业、政府部门，即研究每一经济主体持有多少货币才合适；而宏观货币需要理论是从国民经济总体上去探讨一个国家需要多少货币才能满足经济发展和商品流通的需要。

第三，微观货币需要理论所讲的货币需要量是指货币执行流通手段、支付手段和贮藏手段职能所需要的货币量，重点是执行贮藏手段需要的货币量；而宏观货币需要理论所讲的"货币需要量"是指货币执行流通手段和支付手段职能所需要的货币量。

第四，微观货币需要理论认为，影响货币需要的因素是心理动机、预期、社会制度、货币行为习惯，以及收入、利率等，而且还注意了追求物质利益的人之行为对货币需要的影响；而宏观货币需要理论主要是研究商品价格(P)、数量(Q)和货币流通速度(V)三个因素及相互之间的关系，把货币仅看作交换媒介的工具。

第三节　货币幻觉

在现实经济生活中，人们由于受主客观条件的限制而不能全面、真实地看待问题，尤其是在看待货币名义价值与货币实际购买力时，往往受到各种主观因素的影响，而造成货币知觉的歪曲，对货币行为作出错误的判断，货币幻觉就是我们经济生活中客观存在的一种现象。

一、货币幻觉的含义

货币幻觉，是西方货币银行学中使用的一个概念。指人们忽视货币收入的真实购买力，而只注意名义价值的一种心理错觉。金融心理学认为，由于货币收入的增加或减少，与满足自己的需要有直接的影响，因而最容易引起人们的知觉，为人们所最关切；而货币购买力是通过市场物价间接表现的，相对而言，不易

引起人们的知觉，为人们所忽视。所以，人们往往把货币购买力认作等同货币票面面值，这时，货币幻觉就发生了。货币幻觉实际上是人们关于货币购买力的一种心理上、价值上或感情上的想法。

经济学家W·W·海因斯在《货币、价格和政策》一书中是这样表述货币幻觉的，尽管我们知道，货币是一块幔布，背后有着物质生产和消费，但我们还是非常习惯在这块幔布上看到图案，并把图案与其背后的实际混同起来。事实上更恰当地可把货币不说成是一块幔布，而是一副观察周围世界的眼镜。眼镜本身发生些扭曲，但我们戴它的时间已非常长久，我们看到的扭曲形象好象也是实际东西的一部分。

这里所要指出的是，货币幻觉只能在通货膨胀的一定幅度内才会出现，当货币稳定或通货膨胀普遍化或加速后就不复存在。西方经济学家认为，当货币购买力发生明显的下降，同样数额的货币远远不能用来买到原来可以买到的商品时，人们就会开始对这种货币的币值感到失望。在连续不断的失望情绪冲击下，人们的货币幻觉就开始崩溃，并逐步形成一种“货币幻觉陷阱”心理，即当物价水平与实际货币收入都在上升时，人们不但不感到生活条件有所改善，反而认为生活水平在下降，进而形成一种“粗糙无序的通货膨胀预期”心理。一般说，在5%以下所谓爬行式通货膨胀率时，人们容易保持原来的货币幻觉，而当经济进入10%以上所谓跑步式通货膨胀时，人们的货币幻觉就会消失，这时的通货膨胀预期心理，还会促使通货膨胀迅速上升。

二、货币幻觉的几种表现

（一）把货币直接看作是财富

货币贮藏的增加，也就是财富的增加，持这种态度的人是很普遍的，而他们最大的疏忽是没有注意到货币所代表的价值是增加还是减少。

（二）把货币工资看作实际工资

当一个人的工资增加一倍时，尽管物价也涨了一倍，实际工资没有变，货币幻觉会使拿工资的人感到日子比过去变得好过些。在现在的实际生活中，人们在很大程度上受到货币工资的支配，而不是实际工资。因此，当物价下跌时，如果工资收入也下跌，人们会产生抱怨情绪。反之，当物价上涨时，即使工资不增加，实际工资下降了，人们也没什么怨言，货币幻觉效应造成社会的劳动供给因货币工资的变化而有弹性，但因物价变化带来实际工资的变化而缺少弹性。

（三）在消费领域的表现

货币幻觉表现在消费领域也是十分明显的。当一个人的货币收入随着物价上涨而逐步增加时，只要实际货币购买力水平大体没有多大变化，他会感到收入是在增加而提高自己的消费水平，减少储蓄结余。即使他的货币实际购买力因物价上涨而有较大的下降时，在原来的或者稍有提高的货币名义收入条件下，至少在短时期内他还会保持原来实际的消费水平。

（四）在投资领域的表现

即使贷款利率上升幅度小于通货膨胀率上涨幅度，企业也会因“增加”生产经营成本而减少贷款，相反，当利率下降幅度小于通货膨胀率的下降幅度时，企业却可能因为名义利率下降，而大量借入资金投资。

同样道理，银行合理调整存款利率，也会产生上面类似的货币幻觉。货币幻觉者行为的一个基本特征是，他们忽视货币购买力的变化，而单纯地从货币数额变化来支配自己的货币行为。

三、影响货币幻觉的主观因素

一般说，影响人的货币幻觉的主观因素主要有以下三种。

（一）需要和动机

为什么说人们往往只注意货币的名义价值而忽视货币的实际购买力呢？心理学家研究发现，凡是能够满足个人的需要，符合个人动机的事物，往往容易成为知觉的对象，形成注意的中心。反之，那些与个人需要和动机无关的事物，或无直接关系的事物，则往往不容易被人所注意。美国心理学家麦克莱兰(D·Moceland)曾经作过一个有趣的实验：他让一部分人一小时前进食，另一部分人 16 小时内不吃东西，然后给这两类人一些模糊不清的图片，要求他们说明图片内容。结果那些 16 个小时未吃东西的人中，很多人把图片内容说成是食物。这实际是一种心理作用。

（二）个性心理特征

所谓个性心理特征，就是个人的气质、性格和能力等方面的特点。由于人们气质和性格的不同，往往会极大地影响一个人的知觉选择。在日常生活中，他们在知觉的深度、广度上往往表现出很大的差别：例如，多血质的人，他对货币知觉的速度快，但不够深刻，容易忽视对货币的深度认识；而粘液质的人则对货币知觉的速度较慢，但注意全面深刻地思考问题。前者容易产生货币幻觉，后者产生货币幻觉的人相对就要少些。

（三）知识和经验

个人的知识和经验是否丰富也影响货币知觉。对于一个从事经济工作，特别是银行工作，又具有一定的货币银行知识的人，一般来说，他就不太可能受货币幻觉的影响；相反，对经济不

了解，又没有经验，这种人就更容易产生货币幻觉。

四、消除货币幻觉的影响

货币幻觉是一种“无意识的社会意识”，是一病态心理，对于这一心理，各级政府部门和经济工作者都不能忽视，尤其是不能有意无意地向人们散布导致货币幻觉效应的各种经济信息。理智的态度是使人们更多地关心货币购买力，而不是货币本身，把货币当作达到目的的手段。金融部门应当严肃地、科学地对待统计工作来建立自己工作的信誉，使人了解货币运行的实际情况，做出正确的判断，采取负责任的行动。

第一，用当年价格计算经济增长没有意义，至少是不精确的。这种办法容易引起人们的货币幻觉，好象一年来或几年以来货币购买力始终没有发生过变化。现在世界上比较常用的办法是确定某一年为基期，以基期的价格计算。

第二，要实事求是地反映价格变化。在严格的物价管制下，尽管投资和消费的需求大大超过生产供给，但由于各种商品价格固定不变，人们就容易感觉到货币购买力是稳定的，而市场上则表现为商品短缺、票证增加、黑市猖獗等，同时，也容易给中央银行产生货币幻觉，即市场流通货币正常，甚至投放更多的货币，加剧隐蔽性的通货膨胀。

第三，按美元计值进行各国经济指标比较时，人们也可能产生对美元的货币幻觉。按美元计值作国际性比较，只适用于相同年份的各国数据，不适应于不同年份的一国数据或一国与其他国家比较的数据，除非比较时统一使用某基期年份的美元不变价格计值。这是因为美元也是不稳定的，每年都有一定的贬值，美元贬值首先指美国每年的通货膨胀所造成的贬值，同时，也应

适当考虑美元对其他主要货币之间的汇率变化。

第四节 预期、理性预期和通货膨胀预期

预期，是人们的一种重要心理活动。对于人的这种心理活动，一个极其重要特征是“超前反映”，也就是推测未来，预见未来。这是人们对事物认识能动性的最突出的表现。

西方经济理论对人的预期心理研究较为重视，其预期理论在西方经济学中占有非常重要的地位。在我国，预期理论研究还比较薄弱。随着我国经济体制改革的深入，从事经济活动的主体发生了深刻的变化，人们拥有越来越多的选择和决策自主权。他们根据经济利益的要求，必然对未来经济动态做出积极主动的估计。近几年来的经济发展现实，特别是1988年出现的预期性通货膨胀表明，我国金融活动中的预期心理的作用日益显著，它对我国经济、金融秩序的稳定产生了重大影响，因此，重视和加强对预期行为的研究，在今天显得尤为必要。

一、预期

任何从事金融活动的消费者、投资者、企业和政府部门，在他做出某项货币决策之前，总要对未来经济动态或经济变量的未来值有所估计，这种行为就叫预期。显然，对货币持有者的决策来说，预期行为是一个非常重要的因素。

举一个例子。在资金市场上，如果有一个人想要购买股票、债券，那么，他首先是了解情况，在众多的股票债券面前，他估计某公司的股票可能会带来较大的收益，然后对自己的货币行为

进行决策。可以说，正是这种充满信心的预期，刺激了他的欲望。假如人们对投资工厂、铁路、厂矿、或农场等均不感兴趣，而仅靠冷静计算的结果，恐怕不会有多少投资。

上面是对以资金市场活动为基础的投资行为的分析。至于消费者的一般货币行为，预期仍然是存在的。例如，多数消费者在购买耐用消费品之前，会将未来消费品的价格和货币价值加以比较，是现在买还是过一段时间买更划得来。如果购买耐用消费品的货币是通过银行贷款或赊购而来的，他还会对利息成本问题加以考虑。即使货币是自己的他还会有另一种估计，是购买耐用消费品，还是将钱存到银行生息或用作证券投资，这种种估计都是对货币价值变动的预期。总而言之，预期是影响人们货币行为的一个重要因素，具有普遍性和现实性。

我们理解预期，有如下三个要点必须注意。

第一，预期是人的一种主观心理活动，是对外界输入的信息进行综合加工、分析、判断的心理过程。预期不能与持有这种预期的人分离而独立存在。

第二，预期是个体的心理活动，但是，千千万万个消费者、投资者、企业家和政府部门的决策者预期就构成了总预期。

第三，对一个特定的经济变量的预期，不一定把它限制为一个单一的预期值，其实这也是没有多大意义的，而最好的办法是把预期看作是该变量未来值的一个完全的概率分布。

凯恩斯在他的《通论》中认为，影响决策的预期可分为短期预期和长期预期两种。短期预期(short－term expectation)，主要对正在开始生产的未来产品价格进行估计；长期预期(long－term expectation)是在准备投资之前所作的对未来投资报酬的估计。对未来价格、投资报酬的预期，影响着生产者或投资者的经济决策，导致经济的扩张和收缩的周期运动。

就货币行为来说，最有意义的是长期预期。长期预期是立足短期预期基础上，包括全部现实经济信息的预期。随着社会经济和科学水平的不断发展，预期的距离、规模、内容在扩大，预期的方法、手段也在进步。预期的发展，使得有机的货币经济系统，犹如人的智能行为一样。人们不仅能对外界信息正确的感知、知觉、判断，还能够对信息进行综合加工，创造出新的更重要的信息，这种重要的、新的信息能够帮助货币经济系统不断修正运行轨迹，调整经济体系、结构和速度。当今发达社会的货币经济系统已经进化到能进行主观思考的程度，已经从被动反应走向主动反应，主观思考与主动反应就表现为全社会范围的对未来的预期。

预期作为人们的一种创造性思维活动，既有一般心理过程的特点，又与一般心理活动过程有明显的不同。

第一，预期具有可能性。未来是从现在发展而成的，所以，依据目前事实推测未来是可能的。货币经济的运动总是有其发展规律的，比如货币发行过多的结果必然是货币贬值，通货膨胀；资金流向总是追逐着最高利润等等。作为经济现实，它同时又潜在着未来的趋势，这种趋势是人们能够知觉的。

第二，预期具有能动性。预期不是对过去、现在记忆和知觉。预期之所以是预期，就在于它对经济未来的能动反应。因为预期突破了经济现实规定，合乎逻辑地推测经济的未来，这种未来是在人脑中建立现实中尚不存在的经济形象。

第三，预期是关于未来经济状态的概率判断。未来经济状态是现实中尚不存在的。它随时可能出乎人们的预期发生变化。投资者在开始投资时，盈利与风险是同时并存的，也就是说，是这两种可能的概率的判断。甚至，象有奖储蓄一样，只能大略估计得奖的可能性。

第四，预期通常是不精确的。未来是未经历过的事实，无论如何不可能与预期的一丝不差，特别是长期预期，不确定因素太多，主观的成规和习惯也起很大作用。因此，在进行预测时，往往会把自己熟悉的东西也看成影响未来的主要东西；把自己不熟悉的，认为不重要的因素加以忽视，而这些因素有可能是影响未来的重要因素。尽管由于现代科学的发展，预测技术与方法有了长足的进步，但技术方法无法代替人们的第一次选择(包括设计数学模型)，虽然预测速度和精确性有所提高，但总不可避免地带有经验和主观色彩。预期的不精确性，不是说就可以否定预期的意义。预期的作用在于以概率预料某种经济发展的结果，指出是可能还是不可能这样一个大方向，为未来勾画出一个大致的轮廓。

预期理论在凯恩斯的《通论》中占有极其重要的位置，但他所强调的是人们对消费、储蓄、投资利率等自变量的预期，是一种以人们“心理的无理性”为前提的不合理预期。因此，在他的宏观模型中，预期被看作为一个外在变量而排斥在分析范围之外。

在凯恩斯之后，学术上提出了“适应性预期理论”。所谓适应性预期，就是把预期看作是模型中的一个内在变量，其变动必定会影响到经济体系中的有关经济变量，从事经济活动的人利用过去的误差来修正他现在对未来的预期值。适应性预期理论强调人的主观预期是以他所体验的客观经济变动为基础的。显然，这就不是象凯恩斯所说的那种不可捉摸的毫无客观依据的心理状态。

二、理性预期

理性预期是80年代货币理论中最引人注目的一个热点，也

是心理学原理运用于货币理论中的一个新发展。

理性预期理论的核心是:人是有理性的,当人们进入市场以前,已经充分了解以往的价格变动情况,参加市场以后,又把过去的信息同现在的信息综合在一起,然后根据这些信息对未来的价格变动做出预测。这样,他们的决策是有依据的,他们不会轻易地改变自己的决策和行为,也不易被市场中的假象所迷惑,这种行为就叫做理性预期。比如说,银行发放贷款时,估计到通货膨胀率可能要上升,因此,就把利息率定得高一些,生产企业在签订供货合同时,估计到未来的价格波动,而事先打一个"埋伏",把价格提高一些,以免将来吃亏。

在传统的货币理论中,如果其他条件不变,增加货币数量将引起利率下降,而紧缩市场货币数量将引起利率上升。但是在理性预期的条件下,得出的结论恰好相反,即增加货币数量时,最终将导致较高的利率;而减少货币数量最终将引起较低的利率,这是因为,从长期看,较高的货币供应增长率将意味着较高的通货膨胀率,其结果,利率短时间下降后将很快回复到原来的水平,而且实际还会提高。对于一个贷款者来说,估计到将来通货膨胀还会变化,因而他必须再提高利率,才能补偿他因未来通货膨胀率增加货币贬值而蒙受的损失,如果他贷出的货币希望得到5%的收益,而通货膨胀也是5%,那么,他必须将利率提高到10%,才能得到5%的收益。根据这种思维,名义利率或市场利率由两部分组成,实际的利率与预期的通货膨胀率,即:

$$i = r + p^e$$

这里,i 为市场利率;r 为实际利率;p^e 为人们心理预期的物价上涨率。在上述等式中,p^e 上升多少,i 也将随之相应上升。因此,增加货币供给将提高 p^e,而 p^e 的提高是人们所预期的,又会引起 i 的提高。由此看来,理性预期成了使经济波动不断激化的

因素。

按照理性预期心理推论，假定人们对于中央银行的货币政策的实施及其后果已经掌握了充分的信息，并相应地做出了预防性的对策，那么中央银行所实行的各种货币调节政策，实际上是没有效果的。不仅如此，由于中央银行的决策不如货币持有者的决策那样灵活、及时。因此，中央银行实行任何一种稳定经济的政策，都可能被持币者的理性预期所抵消，甚至出现这样一种情况，中央银行刚想采取某项政策，它的意图被人们看透后，人们就已经采取了预防性措施，结果，中央银行不得不放弃这种政策的执行。再有一种情况，假定中央银行的政策是突然性的，不公开的，在这种情况下，人们可能事先不曾料到，而只是事后采取适应性的措施，但这样的政策多了，人们也就积累了经验。当人们有了经验，中央银行下一次再实行类似的政策时就变得无效了。

由此看来，在理性预期的条件下，经济运行有自身的规律性，它受人们的心理活动(理性预期)的支配，不受外界力量的支配。假定中央银行作为一种外界力量要对人们的货币行为进行调节的话，那么，这只有在不存在理性预期的前提下才能起作用。

如何对待人们因理性预期而采取的预防措施？理性预期学派的观点是政府取信于民，政府应宣布政策长期不变，这样使人们感到政府是守信的，当人们不再去预测未来发生什么，不采取预防措施，经济运行也就会进入常规，至于经济本身出现的问题，则由市场自行调节。

以上我们简要分析了预期及理性预期心理现象，介绍了理性预期理论的基本观点。总而言之，理性预期理论某些假说与实际相距甚远，特别是把资本主义制度下的经济动荡归结于理性

预期的影响，这一点是根本错误的，是违背马克思主义的。但是，预期、理性预期理论提出的在制定政策或进行重大决策时，一定要考虑到人们的一般心理对经济的作用，并对人的预期心理进行了较深的研究，这些对我们来说是有参考价值的。可以说，把预期这一心理因素引入到货币经济分析中，开辟了货币银行学的一个新领域。

在我国，预期、理性预期也是客观存在的事实。

在经济体制改革前，我国实行的是高度集中统一的计划经济，生产者生产什么、生产多少、怎样生产，以及价格、利率等，这一类基本经济问题都是由国家统一规定的。企业的厂长和消费者不是一个完全的具有独立行为的经济主体，其经济行为处于被动状态，因而经济生活中的预期行为处于潜在状态。

随着经济体制改革的不断深入，我国实行了有计划的商品经济，商品经济得到一定的发展，金融市场初步形成，经济主体在选择和决策方面有了一定的自主权，同时，个人的物质利益和局部利益也得到认可和某种程度的鼓励。在这种情况下，预期行为对货币经济的作用由潜在变为现实。由于我国正处于改革初期，商品经济规范尚未形成，加上政策的不稳定性和市场机制的不完善，使众多的经济主体难以做出长期预测，因而转向短期行为，追求短期利益，如近几年来滥发钱物，企业留利吃光分光，当银行由“差额包干”改为“实贷实存”时，有的银行竞相贷款，提高基数。所有这些，很重要的一个因素就是经济主体对政策不稳定的预期心理所致。这几年，我国先后出现了“彩电热”、“冰箱热”，全国一百多条彩电、冰箱生产线重复引进，这不正常的行为也是由于投资预期心理作用的结果，因为在引进初期，彩电、冰箱都是社会上紧俏的商品，在生产者看来，这种投资的前景是非常乐观的，但是由于国家对这种预期心理缺乏正确的引导和必要的

宏观控制，致使投资失控，市场紊乱。

从上面的分析，我们已经看到了我国预期心理的存在现实以及对我国经济产生的日益重要的影响，但是，应当注意的是，我国实行的是有计划的商品经济，预期心理的作用与在西方市场经济条件下所产生的作用是不同的。预期在社会主义经济中的作用没有在西方市场经济中那么直接、明显，而且作用的范围、方式、程度也有差别，这是因为在社会主义经济中，许多经济变量受国家的严格控制，不能自发变动。例如，在西方市场经济条件下，价格预期会引起市场上抢购商品的现象，许多商品供不应求，商品价格随之上涨。但是，我国许多商品价格受到严格控制，这种情况下，不是预期不起作用、而是通过商品供应券、走后门、黑市价等不同形式间接表现出来。

与预期行为相比，我国的理性预期行为不是很明显，或者说是不成熟的。这是因为目前我国从集中统一的计划经济转变成有计划的商品经济的时间不是很长，许多人的商品经济观念还没有真正建立起来，同时，市场信息不充分、不灵敏，这种状况就限制了人们的理性预期。

无论是预期行为，还是理性预期，都是我国经济中的客观存在。随着经济改革的不断深化，预期的作用也越来越明显。为了消除预期、理性预期给货币经济带来的不良影响，我们应当加强这方面的调查研究，在宏观管理方面作相应的调整，如进一步完善统计制度，定期向社会公布有关的重要国民经济指数，让人们了解真实情况，政府在制定重要经济政策时，要慎重、缜密，注意保持政策的稳定性，此外，舆论宣传要得当，以免出现预期行为对货币经济运行的冲击。

三、通货膨胀预期

通货膨胀预期是这一事实范畴的概括。所谓通货膨胀预期，就是指在金融形势不稳定的条件下，预期行为主体对未来可能发生的通货膨胀及其幅度大小的事前估计。通货膨胀心理一旦形成，人们就会根据以往的经验采取措施，如挤兑存款，抢购商品，企业提高产品价格，工人要求增加工资等。这样，预期的通货膨胀自然而然地直接变成了现实的通货膨胀。经济理论界把这种由于人的预期心理因素引发的通货膨胀称之为"预期型"通货膨胀。那么，通货膨胀预期作为形成"预期型"通货膨胀的主要因素，是怎样形成的，对货币经济有什么影响，这些问题已愈来愈为人们所重视。

（一）通货膨胀预期的形成

通货膨胀预期行为本身具有主观性，但人们进行预期所依据的都是客观现实。通货膨胀预期形成的客观条件，大致有四个方面。其一，行为主体（包括消费者、企业）有一定的经济决策权；其二，预期行为主体必须有自身的利益和追求利益的动机；其三，预期行为主体所处的经济环境具有不确定性；其四，预期行为主体能获得自认为是比较准确的信息。显而易见，在我国改革前的高度集中的计划经济时期基本上不具备上述条件，而从改革后的现行客观经济环境看，这四个条件都已具备。下面我们从消费者、企业和政府三个方面来具体分析通货膨胀预期的形成。

1. 消费者对通货膨胀的预期。消费者对通货膨胀的预期是最为敏感、最有影响的。影响和决定消费者的通货膨胀预期因素有：消费者在经济生活中已经具有的通货膨胀经验；过去一段时期中物价总水平变动的情况和发展趋势；政府所要宣布的将要执行的各种经济政策，主要是物价和货币政策，以及政府"遵守诺言"、贯彻政策的可信程度等。第一条因素，即历史经验因素，

为预期的形成打下了基础，后两种因素，对预期的形成起了促进作用。1988年夏季，在我国大中城市发生的挤兑抢购风潮，在很大程度上是由于消费者对通货膨胀预期过高而引发的。这是因为，第一，我国人民对解放前恶性通货膨胀记忆犹新，容易形成对通货膨胀预期。第二，近几年财政连续出现赤字，市场货币流通过多，物价指数逐年上升。第三，我们在价格改革宣传中不够慎重，人为地提高了人们的通货膨胀预期心理，造成了一种全国物价很快就要普遍大幅度上升感觉，在很大程度上，激化了消费者的挤兑抢购行为，使本来充足的商品一抢购就不正常了，本来能够正常周转的资金，储蓄一不稳，也就紧张了，迫使银行增发货币。

2. 企业对通货膨胀的预期，大致与消费者的通货膨胀预期差不多，所不同的是，企业对通货膨胀预期更具有理性的成份。

3. 政府对通货膨胀的预期。一般说，政府不会受预期心理的影响，但当社会普遍对价格已形成一致的"看涨"心理时，政府也可能视价格总水平上涨为正常现象，并由此增加货币发行。

通货膨胀预期刚开始时，只是少数人的行为，但随着少数人行为的传播扩散，就逐步转化为全社会的共同认识。通货膨胀预期形成大致分为三个阶段：一是初始阶段，通货膨胀预期首先在一些商品经济较为发达的地区和一部分商品经济意识较强的个人之中形成。当少数人的预期转变为实际行为时，如挤兑存款、抢购商品、囤积居奇时，将会对其他人产生示范作用。二是传递阶段，当少数人的通货膨胀预期的示范效应为大多数人接受时，将会引起他们对通货膨胀的预期，从而使通货膨胀预期变为大家的共同心理和一致行动，由此引发"预期型"通货膨胀。三是继起阶段。当人们的预期被物价上涨的事实得到印证后，就会进一步扩大抢购挤兑，加剧通货膨胀。通货膨胀预期的形成虽然会经

历一个发展过程，但却具有继起、恶性发展的特征，即：——预期——涨价——再预期——再涨价——并形成一种恶性循环。

（二）通货膨胀预期对经济行为的影响

通货膨胀预期是人的主观心理活动，它对经济的影响将通过人的行为，主要是货币行为表现出来。

消费者预期对经济的影响。首先表现为挤兑存款、抢购实物。当消费者的通货膨胀预期形成后，为了避免已取得的货币财富发生贬值，就会根据以往的保值经验，抛出货币，挤兑存款，抢购实物，即把货币财富尽快转化为物质财富。其结果是银行储蓄存款大滑坡，市场供求矛盾加剧，由此进一步推动物价全面上涨。其次，当通货膨胀预期启动后，职工感觉到自己的实际收入在下降，因此，职工要求增加工资，以期弥补货币贬值带来的损失。增加工资的代价是工厂成本上升，于是又发生产品价格上涨的连锁反映，带动社会总物价水平的上涨。在通货膨胀预期作用下，通货膨胀最初表现为“预期型”，但到最后，这种通货膨胀会转变成预期、需求拉上、成本推动的混合型通货膨胀。

生产者预期对经济的影响。当生产者对通货膨胀预期上升时，为了对付短缺的加剧和价格的上涨，生产者必然会抢购和囤积原材料，同时，对生产的市场畅销产品除了提高价格外，还可能惜售压库、待价而沽，以牟取更多的利润，当银行贷款利率低于生产者预期的价格上涨幅度时，生产者的抢购囤积更加严重，促使生产者竞相贷款，而占压大量的信贷资金，加剧资金短缺。

在市场出现抢购囤积风潮后，会使总需求扩大，刺激生产者扩大生产规模，当生产规模扩大到一定程度时，由于瓶颈的约束而停滞下来，这时，总供给增加的不是实际产值，而只是名义产值。

通货膨胀预期对经济还有一个明显的影响，就是迫使银行

增发票子。多发的票子和货币流通速度加快，又进一步推动通货膨胀，使预期的通货膨胀转变为现实的通货膨胀。

以上情况清楚地表明，通货膨胀预期虽然是一种心理因素，但它对经济的冲击不可忽视。因此，我们应重视通货膨胀预期心理研究，学会调节经济的艺术。总的说，要始终坚持货币稳定的政策，保持货币的基本稳定，稳定人心，防止和消除通货膨胀预期，在货币政策和价格改革的宣传上，一定要审慎，不可人为地造成价格上涨的气氛。政府在反通货膨胀时，要有坚定的信心，提出的政策目标能够做到，“遵守诺言”，使人们相信政府，在全国会降低和消除通货膨胀。

第三章　群体心理与货币行为

前一章我们讨论了个体，即关于个人的心理与货币行为问题。鉴于人们在一定的社会经济生活中往往不是孤立地进行活动，而是常常有许多人组成一定的群体，一起相互联系协调行为。例如，一个职工在企业中既是高工资收入这一群体成员，又隶属于勤俭节约、偏好储蓄群体。而群体的形成，反过来影响和制约个体的行为。所以，在研究个体、货币行为的基础上，还必须重视对群体心理与货币行为的研究。这里主要包括三方面的内容，一是群体内的心理与货币行为；二是群体之间的心理与货币行为；三是适应群体心理的货币政策和措施。

第一节　群体的一般概念

一、群体的概念

所谓群体，管理心理学认为，它是一个介于组织与个人之间的人群结合体。具体地说，就是指在组织机构中，由若干个人组成的为实现某种目标利益而相互信赖、相互影响、相互作用，并

由一定的行为规范所构成的人群结合体。对于一个企业或部门来说，群体就构成了企业或部门的基本单位。

作为群体的一个显著的标志是群体内成员在心理上是否有一定的联系，并发生相互作用。如果几个人偶然集合在一起，彼此在心理上无多大联系，那么，这几个人就构成不了群体，例如，到银行存款的客户或为了某一事情临时集中的人群都不可能称之为群体。他们都是萍水相逢或偶然的汇合，他们的汇合只是时间与空间上有共同点，而在心理上没有多大的联系和影响。

一般说，群体具有以下特征。

第一，各成员间有一定的联系，在心理上彼此意识到对方。

第二，各成员间在行为上相互作用，彼此影响。

第三，各成员有"我们同属于一群"的感受。实际上也就是彼此间有共同的目标或需求的联合体。

二、群体的分类

按群体的目的和形成方式的不同，群体可划分为许多类型。

（一）假设群体和实际群体

假设群体和实际群体，这是就群体的实际存在而言的。假设群体是指名义存在，实际并不存在的一种形式上的群体。它是为了研究的需要，人为的将人群所作的不同的划分。例如，为了进行货币流通调查的需要，把人们按不同的特征（如收入、职业、年龄等）来进行分类，为了贯彻"区别对待、择优扶植"的信贷政策，将告贷者按所代表的企业性质划分为"国营"、"集体"和"个体"，以及一类企业、二类企业、三类企业等。上述划分的群体实体上都是假设群体，因为这些人没有多少直接的交往，彼此间的影响较小，只是他们在某些方面存在着共同的特征而已，如共同的职

业、年龄、货币收入水平和来源相近，典型的社会心理特征等等，由此可见，虽然这些群体实际并不存在，但对我们进行货币调查研究，了解社会经济，制定有效的金融政策却很有用。

实际群体是现实生活中实际存在的，其成员之间彼此有着一定的联系。例如，企业中的车间、机关的科室、居委会的小组等等，都是实际群体。

（二）大型群体和小型群体

这是就群体的规模和人数的多少而言的。当然，大与小、多与少只是相对的。从社会心理学的角度来说，大小划分的标准，就是群体成员之间有没有直接的面对面的接触和联系。凡是群体成员间有直接的、面对面的接触和联系的群体，称为小型群体；而群体成员间只是以间接的方式（如通过群体的目标利益）联系在一起的群体，就称为大型群体。

大型群体成员较多，其金融活动在一定程度上代表说明了宏观货币状况，相对地说，大型群体对国家研究制定宏观金融政策具有更大的意义。从社会的角度看，大型群体可以分为：阶级群体、阶层群体、区域群体和民族群体等。

（三）松散群体、联合式群体和集体

这是就群体成员相互关系的程度而言的。所谓松散的群体是成员之间没有多大的联系，只是在目标和心理需要上由于有了某些共同点而形成群体。例如，持币待购者，他们只是因为想购买的商品暂时没有而持币待购，由此形成群体。这种群体间的关系不甚密切，很少有联系，关系比较松散，故称之为松散的群体。

联合式的群体，是指成员之间存在着共同的目标、共同的利益和共同的活动目的，群体成员间建立一定形式的接触，因此，发展成为联合式群体，或称之为共同体。例如，购买某公司股票

的持股人(股东),他们的目标利益都是为了获得公司的股息红利,而且通过股东大会进行联系接触。这种群体虽然目标一致、利益一致,但没有一定的约束性,成员变动较大,所以这种联合式的群体仍然带有松散性。

集体则是群体发展的高级阶段。在集体中,其成员之间不仅有着共同的目标、共同的利益和共同的活动,而且彼此之间联系密切,具有较强的组织性。这种群体,成员之间彼此建立有稳定、合作的关系,例如,企业的车间、银行的分支机构等。

(四)正式群体和非正式群体

这是根据群体的认可方式而言的。所谓正式群体是指由党、政机关以正式文件规定的群体。群体的成员有固定的编制,有规定的权利和义务,为了保证组织目标的实现,有统一的规章制度和组织纪律,这类群体如金融企业、各种协会、党团组织、行政组织等。

非正式群体是未经党政机关正式规定的群体。这种群体是人们在共同的目标利益、共同的需要、共同的社会活动以及共同的心理特征基础上形成的。他们虽然没有规定成员的权利和义务,也没有一定的组织形式,但客观上又存在这样的群体。例如,储蓄动机相似的储户、金融市场上的投机者等属于非正式的群体。非正式群体之间的关系不是很密切,但在某些情况下,他们的行为是相似的。

三、群体的功能

社会是由众多的群体构成的,而群体又由个体所组成。在这种社会系统中,群体起着一个中介的作用。这种中介作用具体表现在下列几个方面。

(一)群体是社会的重要组成部分

群体不仅是社会生活的中心,完成一定组织交赋的基本任务,而且为个人理解社会价值观、形成对社会的态度和社会规范的倾向性提供了条件。

(二)群体是一个人与组织和个人与社会之间的重要桥梁

作为群体成员,可以满足某些心理需要。

1. 获得安全感。个体在群体中可免于孤独、恐惧,获得心理上的安全感。

2. 满足归属的需求。群体中的成员可以与其他成员保持联系,获得友情与支持。

3. 增加自信。在群体中由于所处某些情况环境的相似,有相同的感受,在对待一些问题上可以共同交换意见,得出一致意见和结论。使个体对不明确、无把握的看法得到肯定,增强信心。

4. 增加力量感。群体可以增加个人的"有力感",而不感到渺小、孤单。

5. 满足自尊的需要。个体在群体中的地位,如受人尊重、受人欢迎等都可以满足自尊的需要。

6. 能体会到自己是社会一分子,看到自己在社会中的地位等。

(三)群体是社会与个人的中间层次

由于对群体的研究、考察、实验既不象对整个社会的研究、考察、实验那样复杂,也不象对个体研究考察那样缺乏有力的说明,所以,包括金融在内的许多社会科学往往首先研究群体。通过对群体研究考察达到目的。

以上可知,群体对于金融管理是非常重要的,是实现宏观货币管理目标的重要手段。为了有效地管理货币,金融管理者应当研究并了解有关群体的以下几个问题。

1. 群体行为对货币流通的影响。

2. 根据群体内部的不同需要，采取不同的方法，来满足群体成员对金融服务的需要。

3. 根据群体的不同货币心理，采取行之有效的政策管理货币流通，促进货币流通的正常运行。

四、货币流通中的群体

货币流通中的群体一般属于非正式群体，但是它是客观存在的，是一个必须正视和需要研究的事实。现代管理都十分重视非正式群体的作用，因为非正式群体不仅能满足个人许多心理需要，而且直接影响到组织管理的效能。因此，研究货币流通中的群体对调节货币流通具有现实竟义。

货币流通中出现群体并不是一种偶然现象，它是出于为满足人们某种心理需要而产生的。由于人们在货币问题上具有共同的观点、态度、需要、兴趣、偏好等，因而自觉和不自觉地形成群体。例如，基于对银行储蓄的共同偏好，在一个单位或左右邻居中就会形成银行储户群体。在储蓄群体中，大家一起讨论银行的服务态度、存款利率、怎样有计划花钱等共同关心的问题。此外，告贷者群体、证券持有者群体、"藏金者"群体、民间借贷群体、金融管理者群体等都是货币流通中容易形成的群体。由于这些群体既未经行政机关正式规定，又没有一定的组织形式，因而是一种非正式的、松散型的群体。

概括地说，货币流通中的群体具有以下几个明显的特征。

第一，是在相似的心理特征和共同的心理需求基础上自发形成的。例如，在货币行为上有相似的性格、偏好，共同的观点和需要。共同的兴趣，相同的社会背景、经济状况和生活习惯的人

容易自然结合，形成群体。一般地说，这种群体规模都不太大，多限于周围熟悉的人之间。

第二，具有较强的群体意识、群体压力，对其成员的货币行为具有很大的影响。在货币流通的群体里，大家的从众行为也很强烈。有时，少数几人的货币行为而带动群体的行为，比如，在储户的群体中，当某几个人的货币行为由储蓄资产选择转向证券资产方面时，往往引起大多数人仿效。

第三，在货币流通中的群体中，有一条比较灵敏的信息传递渠道，群体成员间的思想交流畅通，因而使群体意识强烈，使群体成员的货币行为具有很明显的一致性。

从群体形成的原因来分析，货币流通中的群体大致可分为四种类型。

利益型。这是一种出于共同货币需要，追求物质利益的一致性而建立起来的群体。

偏好型。这是一种以某种兴趣或偏好的一致性为基础而建立起来的群体。比如，在同事熟人中，喜欢购买企业债券股票的人自然容易聚集在一起，而在消费上讲攀比的人也会自觉不自觉的经常碰在一起。

工作型。主要是工作需要相互接触时间机会较多而形成的群体，这种类型的群体主要表现为告贷者群体。

亲缘型。这是一种以血统上的关系为基础而建立起来的群体，比如由本家亲属、亲戚等形成的群体。

货币流通中的群体是一种客观存在，是社会主义金融经济发展的产物。一般说，货币流通中的群体对货币稳定不构成威胁和破坏。这是因为群体所维护的基本准则仍然受社会主义思想道德和货币流通规律所制约。从群体活动要求看，绝大多数是与社会主义发展目标和国家、集体利益相一致的。因此，作为国家

管理金融工作的银行，应当正视货币流通中群体的存在，引导和利用群体，促进社会主义货币流通的稳定。要利用群体成员联系密切、相互信任、有共同语言的特点，增强他们的金融意识，把他们的货币行为逐步引导到合理的轨道上；要利用群体成员之间信息沟通迅速、反映灵敏的特点，及时收集社会对市场货币及国家货币政策的反映、看法，为及时调节货币流通、设计适应社会心理的金融政策手段提供依据；要利用群体的压力大、成员从众行为和标准化倾向强的特点，积极组织储蓄存款，为经济建设筹集更多的资金。

第二节 群体心理与货币行为

在群体活动中，人们的货币行为受到各种各样的因素影响，从心理学的观点看，在群体中有以下几种典型的社会心理与货币行为密切相关。如助长、从众、服从、暗示等。为了有助于加强货币管理，有必要对影响货币行为的几种主要群体心理进行讨论。

一．社会助长作用

心理学家认为，个人在单独情况下从事的活动，与在群体中的活动相比，其效果是不一样的。群体对个人的活动起着促进（或致弱）作用。借用这一研究成果于金融活动，不难发现，个人单独情况下的货币行为与个人在群体中的货币行为存在着明显的差异。群体的货币行为对个人的货币行为起到一种推动、助长的作用。首先，个人所处的群体类型，对其货币行为有着不同的

影响。在青年人很多的群体里，个人的货币行为在很大程度上受到群体的推动助长的影响，这与青年人争强好胜、互相攀比、易受感染等心理有很大关系。在一个文化水准较高、成年人多的科研单位，由于成员的自我控制较强，相互间的感染性差，因而群体对个人的助长影响就小。其次，互相攀比的动机使得个人的货币行为出现新变化。在一个群体中，“我为什么要比他们差”？无论是储蓄、购买高档消费品，还是购买企业债券股票，“他能买，我为何不能买?”在互相攀比的心理动机支配下，个人的货币行为有很大一部分不是在理智、有计划的前提下进行的，这与个人在单独情况下的那种细思量、再斟酌的货币行为有较大的差别。再次，群体中成员间的互相评价的反馈，导致了个人的货币行为的强化和超前，个人在群体影响下的货币行为，不可避免地会产生被他们评价的意识，而这种意识一旦产生，实质上也就是对个人的货币行为起到推动作用。在1988年挤兑抢购的风波中，许多人的货币行为就是由于在群体对货币“存钱不如存物”的评价推动下引发的。群体成员间的评价，促使了个人货币行为的强化，推动了个人货币行为朝着评价方向发展(或致弱)。

二、社会标准化倾向

整体性是群体存在的一个重要条件之一。在单独的情境下，各个个体对事物的知觉、判断以及行动等存在着很大差异。但是，个体在群体中，这种差异明显变小，趋向于同一标准，这就是社会标准化倾向。社会标准化倾向也就是群体的整体性。这种整体性对个人的货币行为产生较大影响。第一，群体规范的形成是群体成员意识中的一种行为标准，这种行为标准对个人的货币行为起着约定俗成的导向作用。它是群体成员货币行为的参

照标准。"大家都在银行有存款，我多少也该存一些"。"按自己的意念花钱，但尽量与大家保持一致"，这都是群体规范影响的结果。第二，个体意识的淡化，也相应强化了群体成员的货币行为。心理学家认为，一般人在群体中常常会失去个人的意识而采取一些非本人独处时所有的行动。这就是个人意识的消退（淡化）。在个人的货币行为中，这种因素的影响也是显而易见的。有的人在群体中的货币行为往往忽视自身需要及承受能力，而一味受制于群体的规范、压力等。这种情形下的货币行为不能说是很正常、很合理的。典型的例子是，许多年轻人在结婚时讲排场、摆阔气而引发的货币行为，这种货币行为在很大程度上是由于群体规范、压力所致。

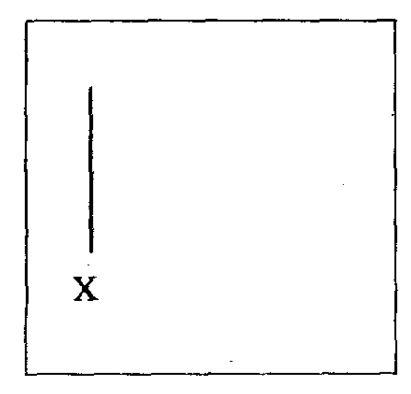
三、社会顾虑倾向

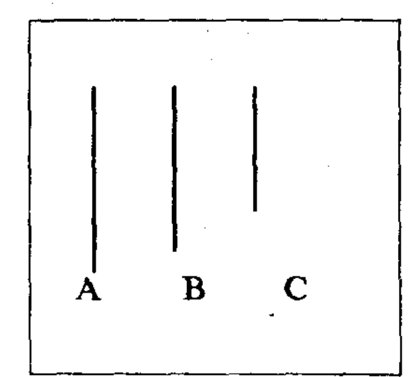
个人的货币行为不只受到其所在群体成员的相互影响，同时也受到群体外各种各样、基至看不见的大众的影响。也就是说，个人在大众面前由于感到不自然、有顾虑，其货币行为常常表现出与一般情境不尽相同，这就是社会顾虑的影响。社会顾虑对个人货币行为影响在我国表现得比较突出。银行储蓄受国家宪法保护，但是家藏千金拒绝到银行储蓄不乏其人，其重要原因是怕"露富"、怕"冒尖"，顾虑重重。因此，在储蓄政策中特地明确了"为储户保密"的一条原则。另有一种情况，有些人在公众面前"一掷千金"，花钱上不甘落后，这是因为怕被别人瞧不起，被人笑话，也即社会顾虑对个人货币行为的影响。受社会顾虑倾向影响的程度因人而异，一般认为，性格内向的人，其货币行为受社会顾虑倾向影响不甚明显，而性格外倾的人，这种社会化倾向则较为明显。

四、社会的从众行为

这是指个人在群体中，往往不自觉地受到群体的压力和影响，从而改变自己的态度，放弃自己的看法、判断，而产生与群体内大多数人一致的行为现象。一般说，从众行为带有被迫性，并非出于个人的自觉自愿，它是一种在外在压力的情况下而做出符合群体要求的行为。为此，本世纪 50 年代，美国心理学家阿虚曾经作过一个著名的实验：他事前设计了两张卡片，如图 3－1 所示，其中一张卡片上画着一条直线 X，另一张卡片画着三条直线 A、B、C，然后按 9 个人编成一组，先后让他们比较在三条直线中，哪一条与 X 直线的长短相等。在正常情况下，被试者一般都能正确判断出 X＝B，其中错误概率小于 1%。但阿虚事前对实验作了布置，对其中的 8 个人都要他们故意做出一致的错误判断，说 X＝A，而只让第 9 个人不知道，结果，前 8 人都说 X＝A，最后再让第 9 个人判断时，尽管他发现 X≠A，而是 X＝B，但是，因为前 8 个人都说了 X＝A，所以，便对自己产生了怀疑，也顺从大家说 X＝A 而不敢说 X＝B 了。阿虚曾组织了若干次这样的实验组，通过实验统计分析表明，这第 9 个人中，有 37%的人放弃了自己的正确判断而顺从群体的错误判断。

图 3－1 研究从众行为的阿虚实验示意图





在阿虚的实验以后，许多心理学家进一步分析了从众行为产生的原因，认为影响从众的原因主要包括环境因素和个人因素。从环境因素看，如果该群体是一个参照群体，群体认识比较一致，那么个人就容易在群体的压力下产生“从众”行为。从个人因素来看，如果一个人的分析判断能力差、情绪不稳定、缺乏自信心和独立见解，在群体中经常依赖别人，也容易产生“从众”现象。后来，心理学家又把从众行为大致分为三种情况：一是表面从众，内心也从众；二是表面从众，内心不从众；三是表面不从众，内心却从众。

那么，回过头来看，从众在货币行为中是如何表现的。1988年夏天，全国大中城市先后发生银行储蓄存款挤兑风潮，许多储户未等银行开门就排队等候在银行门前，准备提取全部存款。哈尔滨市 1988 年 7 月 25 日至 27 日，连续三天储户从银行提款1250 万元，出现了建国以来最大的存款挤兑风潮，而许多商店的商品则被抢购一空，这次出现全国范围的挤兑抢购风潮，除了物价上涨等经济因素外，取款之所以发展为“挤兑”，抢购之所以“成风”，储户的从众心理起了重要作用，换言之，挤兑抢购是从众心理在货币行为中明显的例子。

以从众心理来分析，引起 1988 年夏天的那场挤兑抢购风潮的因素有两种：情报影响和行为规范影响。在信息模糊的情况下，人人都想取得正确的判断和选择恰当的行为，以确保存款的安全，特别是当储户不能确信自己在银行的存款保值，正好在群体中听到一个似乎是相当准确的情报时，在这种情况下，储户的从众行为往往就会产生。行为规范的影响也是这样，当一个储户听到“物价还要上涨”、“货币贬值严重”、“存钱不如存物”等议论时，通常会半信半疑，但当看到同事或邻居纷纷取出存款购买商品时，他也就会身不由己地加入挤兑抢购的行列。因此，或真或

假的不确切的信息，再加上群体成员中“宁可信其有、不可信其无”的“坚定者”，就可能引发众人的挤兑抢购行为。

正确认识货币活动中的从众行为，对正确决策、有效调节货币流通十分必要。它不仅要求银行管理者对货币活动中的从众行为在思想上有充分准备，作好防范措施，以应付突然发生的各种从众行为，同时还要有管理者重视宣传教育工作，经常传播有关的金融信息，减少各种谣传的危害，防止因从众而带来的不稳定危害。社会从众行为并不一定都具有消极的含义，我们也可以通过群体来稳定人们的货币行为，促进货币正常运行。

五、社会的服从行为

服从就是按照组织的要求、群体的规范或其他人的意志，而做出相应的行为。这种行为一般地说来自外界的影响，带有被迫性，并不是个体自觉自愿的。因为个体知道，如果不服从组织的规定，群体的规范和领导者的意志，就会受到惩罚或失掉某些奖励，或受到舆论的遣责。总之，不服从将会给自己带来不愉快，甚至痛苦。

货币行为中服从的现象是经常可以看到的。如行政命令贷款、企业职工集资和社会各种摊派等，都是服从心理支配下产生的货币行为。为什么人们在货币行为中表现服从？原因主要来自两个方面：一方面就是政府、组织、群体的规定、规范和纪律必须遵守，否则就会被认为超越了规定规范，影响了群体生活的正常化。这样，轻则受到舆论的遣责，重则受到纪律、国法的制裁。另一方面，就是对权威的服从，组织领导要求怎样做，成员往往不敢抗拒，而无条件服从。

从现实来看，货币行为中的服从，常常与个体的内心愿望存

在一定的距离，而构成个体的内部矛盾和冲突，在精神上引起一定的不安。所以带有一定的被迫性。金融心理学认为，金融管理中必要的规定制度是应当的，它体现了众多人的愿望和利益，而对于引起多数人不满、恐惧、厌烦的强制要求，则要尽量减少，否则不利于人们的健康心理，不利于货币的稳定，而有损于货币手段和金融机构的威信。

第三节　货币政策的心理效应

货币政策(或称金融政策)是中央银行为实现其特定的经济目标而采取的各种控制、调节货币供应和信用的方针措施的总称。从表面上看，整个货币政策的对象是货币和信用。比如，当经济萧条、萎缩或金融市场上信用与货币流通感到吃紧时，中央银行则采取信用扩张政策，适当地扩大信贷发放额和货币供应量；而当经济高涨或金融市场上信用与货币运行出现过度扩张时，中央银行就采取信用紧缩政策，减少信贷发放额和货币供应量。但是，从实质上看，货币政策作用的基础是人，是人的心理变化。货币政策一经实施，必然要引起人们的种种心理反应，象紧张、宽慰、不安、兴奋、恐惧、安定等，并由此刺激人们的货币行为。因此，研究货币政策还应当与人的心理活动结合起来，研究人们对货币政策的心理反馈，选择和制定货币政策，使其既不会引起人们心理的过度震荡，造成社会不稳定，又要适时操作，力求有效，最终实现预期的货币目标。如何达到这一步，这便是我们所要研究的。

如上所述，要选择和制定适合于人们心理和有效的货币政策，关键是要分析研究货币政策工具的心理效应。一般说，目前

大多数国家常采用的货币政策工具有：公开市场业务、再贴现率、存款准备金、道义说服、宣传舆论等，下面我们分别进行讨论。

一、再贴现政策的心理效应

所谓再贴现政策，就是中央银行通过制定和调整再贴现率来干预和影响市场利率及货币市场的供应和需求，从而调节市场货币供应量的一种金融政策。

一般说，再贴现政策包括两方面的内容：一是再贴现率的规定；二是规定何种票据具有向中央银行申请再贴现的资格。前者主要是影响商业银行群体的准备金及社会的资金供应，后者则主要是影响商业银行群体及社会的资金投向。

再贴现政策的作用，主要是掌握贷款条件的松紧程度和影响信贷的成本。当提高再贴现率时，表明取得信贷的成本增加，这就促使减少信贷的需要，造成市场货币供给和信贷的紧缩；当降低再贴现率时，表明了取得信贷的成本减少，促使信贷需要增加，出现市场信用扩张。调整再贴现率，不仅直接影响到商业银行筹集资本的成本，还间接影响商业银行对企业和个人发放贷款的态度，从而也对企业和个人经济活动产生影响。所以，调整再贴现率既有影响信贷成本的效果，也有心理、行为上的影响。

第一，通过影响信贷资金成本，给人们带来了心理压力和心理刺激，从而影响商业银行和企业个人借贷的态度，并调整其借贷和投资行为。

第二，能产生心理示向作用。再贴现率的调整，会影响商业银行及社会公众对未来一段时间金融形势的预期。同时，票据再贴现资格的规定，把国家支持什么、限制什么的意图传导给了商

业银行和企业、个人。

第三，再贴现率的随时调整，会引起市场利率经常性的波动，使企业和商业银行无所适从，引起人们心理的紊乱。

二、公开市场政策的心理效应

所谓公开市场政策，是指中央银行在金融市场上买进或卖出政府债券和银行承兑票据等，从而起到调节信用与货币供给作用的行为。在经济出现不景气时，中央银行可以买进政府债券等，以使市场上货币供应量增加，使利率下降，刺激投资；在经济出现过热，发生信用膨胀时，中央银行即抛出票据证券，以回笼货币，减少市场货币供应量，影响利率上升，抑制投资扩张。

(一)改变企业和个人的心理预期

在一般情况下，中央银行大量收购证券、扩张信用，则企业和个人由此会预期利率降低，因而必然增加债券需求，信用进一步扩大。相反，如果中央银行大量抛售债券，会造成对将来利率提高的预期，降低债券需求，使信用进一步紧缩。

(二)社会宣示

中央银行在金融市场上直接买进或卖出债券，表明了政府对目前金融形势的看法和对策，有利于沟通政府与社会的心理联系，改善和缓解某些对立情绪，增强社会对未来政策措施的心理承受能力。

(三)中央银行对市场货币供应的影响

中央银行对市场货币供应的影响，既可作微量的操作，又不至于急刹车和“一刀切”而影响正常货币运行中人的心理剧烈震动。

三、存款准备金政策的心理效应

所谓存款准备金政策，是指中央银行在法律所赋予的权力范围内，通过规定或调整商业银行交存中央银行的存款准备金比率，控制商业银行的信用创造能力，间接地控制社会货币供应量的活动。

一般说来，中央银行是根据经济的繁荣与衰退以及银根的松紧情况来调整法定存款准备率的。在经济处于需求过度和通货膨胀的情况下，中央银行则提高法定准备率，借以收缩信用及货币供应量；如果经济处于衰退萎缩状况，中央银行认为有必要加以刺激，则可降低准备率，使商业银行群体能够成倍扩张信用和货币供应量（有乘数作用）。

可见，存款准备金政策主要对商业银行群体心理起作用。由于货币乘数的作用，中央银行调整存款准备率，不但影响商业银行的超额准备金，而且还会成倍地影响信贷和货币供应量的规模。因此，即使法定准备率最小的变化，比如增减1个百分点，都会对商业银行和整个社会产生强烈的影响，常常带来社会的恐怕、紧张心理，有人形象地称它为“更象巨斧而不象小刀”，银行家们及社会成员尤为害怕存款准备率经常发生变动。同时，存款准备率的调整，对整个经济和社会大众的心理预期，也会产生明显影响，因此，目前大多数学者都认为存款准备率宜固定化。

以上我们讨论了中央银行管理金融、控制货币供给的三项一般性货币政策工具及心理作用。这三项政策工具主要是通过对信用总量的直接调节，以影响商业银行及整个社会的货币态度、需要和预期，它对人们的心理起直接的作用。除此之外，中央银行还有其他政策工具，如道义劝说、窗口指导、舆论宣传、金融立法、直接信用控制等，这些手段对商业银行和社会的心理影响

也是不同的。

第一，道义说服，也称道义劝告。主要是中央银行利用其声望与权威，对各家商业银行及其他金融机构在放款、投资、利率等方面应采取的措施给予指导和劝勉，希望借道义的影响和说服的力量，达到干涉银行业务、控制信用和货币供应量的目的。道义劝说，是通过各家商业银行管理者的内心信念起作用的。这里所说的内心信念就是人们通常所说的道德责任心，对于自己的行为能够从内心上自觉地接受中央银行的指导，否则，就会受到“良心的责备”，“感到内疚”。道义说服是一种温和的调控方式，适应范围较大，但这种方式无强制性的约束力，能否发生作用取决于中央银行的声望、权威性及其各商业银行的合作程度，取决于整个社会的道德水平，金融机构的数目，说服的时机、方法、内容和其详细程度等也有一定影响。从另一方面说，中央银行控制着银行业务活动的咽喉，所以，道义说服是有效的、各商业银行不能不听，也不得不听。

第二，舆论宣传。这是指中央银行利用各种机会向金融界及社会公众说明金融政策的内容和意义，求得各方面的理解和支持，从而使人们能够自觉地按照中央银行的意图调整自己的行为。舆论宣传对各群体及社会心理的作用主要是指明现阶段货币行为的方向、要求，强化合理性货币行为的力量，纠正不正当的意见，以及澄清社会的各种谣言和猜测等。稳定人心，稳定金融。为此，中央银行除每周或每月公布资产负债表外，每年还发表年报，不仅公布信贷活动、金融市场和金融机构的状况，而且还发表有关财政、贸易、物价和经济发展趋势的详细统计资料，中央银行负责人经常利用新闻发布会、学术演讲会及其他公共集会，说明政府对金融形势的看法、态度和措施等。

第三，金融检查。中央银行代表政府从事金融管理，其中很

重要的办法是金融检查。金融检查的对象是商业银行群体和其他金融机构群体。中央银行经常检查各商业银行的业务活动，一方面有利于监督商业银行群体的货币行为，端正经营思想，增加贯彻执行中央银行货币政策、制度、规定的心理压力和动力；另一方面，有利于树立中央银行的权威。金融检查的心理作用来源于强制性影响力，一是建立在惧怕基础上的权力，也叫做惩罚权力。任何银行都不愿自己被中央银行处罚。这不仅是经济上的损失，更主要的是影响信誉。二是中央银行的赞赏和支持。这是人的一种不可缺少的精神需要。三是法律赋予的权力。这是由社会规范和人们的传统观念所决定的。因此，多数国家的中央银行以及我国的中国人民银行都很重视金融检查，以此作为管理金融的一项经常性措施。

第四，金融立法。金融法规是社会任何群体和个人必须遵循的金融行为准则，是调整国家与各群体、个体，群体与个体之间经济利益关系的法律。它具有强大的威慑性和强制性，是维护金融秩序、稳定金融心理的重要工具。运用金融法规调整金融行为，重要的是树立法律意识，遵守法律规范，执行法律制裁和维护法律秩序。

目前，在金融业较为发达的国家，金融法规都比较健全完整，如西方一些国家普遍推行了《金融法》、《票据法》、《竞争和信贷控制法规》等，使之群体及个体的金融行为有法可依、有章可循。

第四节　通货膨胀下的群体行为

通货膨胀是货币流通中的一种特殊现象。在货币经济条件

下，人们不管是对通货膨胀喜欢还是厌恶，都不得不接受通货膨胀这一普遍存在的现实。通货膨胀直接危害着人们的经济利益。当人们一旦意识到通货膨胀时，便立刻做出反应。在这节中，我们将讨论通货膨胀下的群体行为。

一、通货膨胀知觉

对绝大多数人来说，人人诅咒通货膨胀。人们把通货膨胀比作无形的税收。不管税收是高是低，税收都明显地从企业和个人的货币收入中强行征走一部分。没有人喜欢通货膨胀。

在商品经济发达的资本主义国家，人们对通货膨胀有过痛苦的经历。美国《新闻周刊》曾载文说："通货膨胀正在超出国界，象中世纪的瘟疫一样，几乎传遍了每个国家。"在商品货币化程度很低的中国也未能幸免。国民党统治时期，恶性通货膨胀灾难令人难忘。在抗日战争以后，国民党为了支持战争，大量发行货币，引起物价大幅度上涨，特别是临近解放时，物价飞涨，甚至早上和晚上都不一样。钱不值钱。去年可以买一头牛的钱，第二年只能买一粒米。背一口袋钞票甚至买不了一口袋面粉，通货膨胀可以使一个家财万贯的人倾刻间变得一无所有。由于工资水平的增长大大落后于通货膨胀的增长速度，人们的实际收入水平直线下降，生活日趋贫困。

恶性通货膨胀最能使人察觉和了解它的危害，但是这种恶性通货膨胀一般不多见。在人们的经济生活中经常发生的是"温和"的通货膨胀，即通货膨胀率仅限于1位数。温和的通货膨胀人们不易察觉，不知不觉之中，人们平静地接受着。

新中国成立之后，迅速制止了国民党统治留下的通货膨胀，严格控制商品价格，实际上是冻结了物价。人们对通货膨胀淡漠

疏远了。在人们思想中，通货膨胀似乎是与资本主义经济联在一起的。虽然否认通货膨胀，但三十多年的现实是：有时人们持有的货币不能买到所需的商品，各种“票证”流行，走后门，拉关系，客观上却存在一种“抑制型”的通货膨胀。随着我国经济体制改革的深入，商品价格管制放松了，通货膨胀才逐步恢复了本来面目，国家对通货膨胀的态度也明朗了。这时，人们才感到了通货膨胀就在身边。

关于通货膨胀，人们一般看法是物价上涨。从严格的意义上说，通货膨胀是指在纸币流通条件下，由于纸币的过度发行，即流通中的纸币量超过必要量，而引起纸币贬值，物价普遍上涨的经济现象。

二、通货膨胀对各群体的影响

无论是温和的通货膨胀，还是恶性通货膨胀，都将使健康的经济肌体受到损害，对社会各阶层、各群体产生不利影响。

（一）通货膨胀对工人群体的影响

工人最主要的收入来源是货币收入。在通货膨胀情况下，货币贬值，使工人手中的货币购买力下降，同时，实际货币收入下降，即使名义货币收入有所提高，也往往落后于物价上涨，被持续上涨的物价抵消。因此，通货膨胀使工人的财富和收入减少，实际生活水平下降。

通货膨胀对生产、销售有短暂的刺激作用，表面上可促进经济的虚假繁荣。但这种“繁荣”景气并不能持久，接踵而来的是生产衰退、经济萎缩，因而造成劳动力过剩，给工人就业带来困难。

（二）通货膨胀对农民群体的影响

农民的收入主要有两部分：一是货币收入；二是实物收入。

从这个意义上说，通货膨胀对农民的影响相对于完全依靠货币收入的工人来说要小一些。但是农民仍然要承担通货膨胀的损失。这是因为农民出售农副产品的价格上涨往往落后于商品价格上涨，而且一般要受到政府部门的严格控制。

（三）对依靠货币收入生活的其他人员的影响

这里主要是指国家公务员、教员及个体劳动者。在通货膨胀条件下，也会由于货币贬值而降低他们的实际收入。特别是一些退休者和老年人受到的打击更大。但是对于个体劳动者来说，他们主要从事于流通领域，经营规模较小，对市场应变能力强。因此，物价上涨的损失常常从提价中补回来。一部分投机经营者，则还可从物价涨落中牟取大额的利润。

（四）通货膨胀对储蓄者群体的影响

在通货膨胀情况下，银行提高利率往往跟不上物价上涨。利率水平下降，甚至出现负利率。因而造成存款的实际购买力下降。在银行的存款越多，则损失越大，伤害了存款人的积极性。

（五）通货膨胀对借款人群体的影响

在物价持续上升而贷款利率落后，出现负利率的情况下，借款人向银行借款或发行债券则有利可图。低廉的信贷资金，使从事生产的借款者降低生产成本，增加利润，使从事商品经营的借款者扩大经营规模，待价销售，获取价格利差。

（六）通货膨胀对银行群体的影响

通货膨胀使人们不愿在银行存款，大大减少了银行的资金来源，银行信用萎缩，如果出现挤兑存款情况，还有可能导致银行不能保证正常经营。货币贬值，使银行自有资金下降。

三、通货膨胀下的群体行为

从上述讨论中，我们已经看到了通货膨胀对各群体的影响，在这个基础上，我们进一步分析，在通货膨胀下，群体为维护自身利益，他们的反应如何。

（一）消费者群体行为

1. 抢购保值商品。通货膨胀意味着货币购买力的下降。因此，消费者不愿保留现金，而是把现金换成能够保值的商品和其他金融资产。如 1988 年我国出现通货膨胀，导致很多的消费者抢购高档耐用消费品，甚至连火柴、肥皂、洗衣粉都抢购一空。消费者的抢购行为反过来又进一步刺激了物价上涨，使通货膨胀恶性循环。

2. 挤兑存款。通货膨胀使存款者的积极性受到极大伤害。人们不仅不愿增加存款，有存款的人往往还会取出存款购买保值的商品，特别是在恶性通货膨胀下，人们的心理变得更焦急不安，人心惶惶。稍有一点刺激就可能引发更多的存款者挤兑存款，使银行受到严重打击。有的银行可能因此而倒闭。

（二）生产者群体行为

1. 超储囤积。通货膨胀不仅影响生活消费品价格上涨，同时还会导致生产原材料价格的直线上升。企业囤积市场紧缺物资成为通货膨胀下的一大法宝。一方面企业为了维持目前的生产继续购进原材料，另一方面为了尽可能地避免或减少因价格上升带来的损失。宁可承受贷款利息的负担，大大超过合理储备额，囤积原材料，其中有些囤积原材料动机并不是满足自身生产所需，而是为在价格提高后转手倒卖，谋取价差，或以物易物，换取自己生产所需原材料。

2. 转嫁损失。在严重通货膨胀下，企业自行消化物价上涨因素带来的成本增加显得更为艰难。因此，为了保证在通货膨胀下利润不至于下降，往往采取提高产品销售价格的办法，将企业因

通货膨胀所受到的损失转嫁给消费者。由于通货膨胀促进了商品卖方市场的急速形成，因而企业的这一行为成为可能，并十分容易。传统的“薄利多销”法已逐步淘汰，代之而起的是产品价格大幅度上涨。此外，企业以畅带滞，以次充好的转嫁损失行为也屡见不鲜，使一些企业库存积压产品找到了“出路”，而受害者则最终是消费者。

3. 竞相贷款。过去的经验使企业预期银行终将会紧缩银根，消除通货膨胀。企业的这种预期心理会促使企业竞相贷款，一是准备足够的货币资金，以应付未来资金紧张的困难；二是大量购进原材料，超储囤积；三是虚假的市场繁荣景象，往往使一些企业盲目扩大生产规模。由于企业竞相贷款，给银行信贷资金增加了很大压力，为银行消除通货膨胀设置了障碍。

4. 以物易物。这是企业为了避免或减少物价上涨所带来损失的一种排斥货币的行为。以物易物主要有三种形式，一种是以产品交换产品。这种行为主要是出现在相关企业之间，相互需要对方的产品。第二种形式是相互串换储蓄物资。在通货膨胀情况下，企业囤积居奇的动机之一就是串换紧缺物资，如甲企业有钢材，乙企业有煤炭，双方企业的物资正是对方所急需的，这样串换便产生了。第三种形式是以原材料换产品，企业提供原材料，向对方换回企业所生产的产品。以物易物行为导致了商品市场的萎缩，助长了企业囤积居奇的欲念，破坏了市场的正常秩序。

5. 增加工资。在严重通货膨胀情况下，职工要求增加工资的愿望强烈。为了调动职工的生产积极性，企业往往容易满足职工的要求，或者通过提高奖金、发送实物等形式来弥补职工因通货膨胀带来的损失。

（三）商业者群体行为

在通货膨胀下,市场的正常秩序往往难以维持,需求旺盛的假象使商业企业盲目购进、盲目贷款、竞相涨价。少数商人则囤积居奇、惜售沽价,如囤积粮食、肥皂、食盐等人民生活必需品,人为制造紧张形势,哄抬物价,不择手段谋取暴利。

上述通货膨胀下的群体行为,是群体的理性反应,是通货膨胀刺激的结果。但是在通货膨胀刺激下并不都会引发上述行为,这里面有一个重要的因素就是对通货膨胀的心理承受能力。群体的心理承受能力差,如果突然出现较严重的通货膨胀,群体成员就会产生紧张、恐惧心理,难以承受,继而采取反抗行为。如挤兑抢购、超额储备等。但是群体成员的心理承受能力大,对通货膨胀有心理准备,则会从容不迫、处之泰然,在一些通货膨胀长期存在的国家,人们的心理已经习惯,一般不会因通货膨胀而引起动荡,生产和生活也能相对稳定。当然,人们对通货膨胀的心理承受能力的基础是物质承受能力,以物质承受能力为依托。在通货膨胀高潮时,如果人们收入的增长接近或等同物价上涨,对存款实行保值等,那么,人们亦不会去抢购挤兑。

第五节 金融信息的传递

在现代商品经济条件下,金融信息已成为影响社会经济生活的一个重要因素,是研究群体心理和行为的重要方面,也是有效管理赖以进行的工具。一个管理者或群体或组织要做出正确的判断决策,首先就必须获得大量的、准确可靠的信息,实现有效的信息传递,否则将导致行动失败。只有实现有效的信息传递,才能使个体、群体和组织的行为达到预期的目的。

一、金融信息

人们在日常生活中经常谈“信息”。比如，商品信息、金融信息、科技信息等等，但什么是信息，到目前为止，学术界仍然有不同看法，有人说，信息就是消息，是具有新内容、新知识的消息；也有人说，信息就是信号，是一切我们所感知的有意义的信号。由此可知，观察信息的角度不同，得出的结果也不同。在这里，我们对信息的基本含义作一简要的解释。所谓信息，就是宇宙间不同事物的存在和变化特征给人们带来的各种情况、资料和动态，这些情况、资料和动态就称之为信息。从这一理解出发，金融信息，顾名思义，就是与金融业务有关的信号、资料、情况和动态。

金融信息内容十分丰富，从金融信息涉猎的范围考察，可以把它们分为广义的金融信息和狭义的金融信息。广义金融信息反映整个国民经济的价值再生产，包含在与此相关的所有信号、情况、动态之中，如国家的经济金融政策、措施、财政预算、市场物价状况、利率汇率变动等。狭义金融信息则仅仅反映银行和其他金融机构的业务活动，以及金融市场情况，体现在与此有关的种种信号、情况和状况之中。广义金融信息与狭义金融信息是包容与被包容的关系，狭义金融信息构成金融信息的核心内容，本节中所讨论的金融信息主要是指狭义金融信息。

金融信息同其他信息一样，具有以下的特点。

第一，可塑性。金融信息来源于现实的金融经济活动，来源于人们的思维活动。它与其他任何信息一样，都是经过人脑的收集、选择、加工、整理、反馈之后的知识和情况。同样的原始信息材料，根据不同的需要可以组合成不同的信息资料，为有效地管理金融提供科学的依据。

第二，时效性。现实中的金融经济活动瞬息万变。“抽足再

濯、已非前水”。因此，金融信息应及时反映这种迅速变化才能体现它的意义。即使是反映历史状况的静态信息，也应为人们所需要。除了时效性外，金融信息还具有针对性，也就是说必须是人们适用的。对于一个从不买股票的消费者来说，股票价格变化情况是很难引起他的重视的。

第三，传输性。金融信息实际上也是客观金融活动在人心理上的反映，它本身是看不见、摸不着的。但是人们可以借助语言、文字、图象、磁带、电波等进行传输，特别是随着电信、电脑和通讯技术设备的发展，使信息传输的速度大大加快，而且更真实、实用。金融信息在人们的经济生活中的作用日益提高。

第四，存储性。金融信息不仅可传输，而且可以把它存储起来，随时供人们选用。被储存的金融信息可以帮助人们回顾历史、总结经验，为人们提供有参考价值的知识、资料。

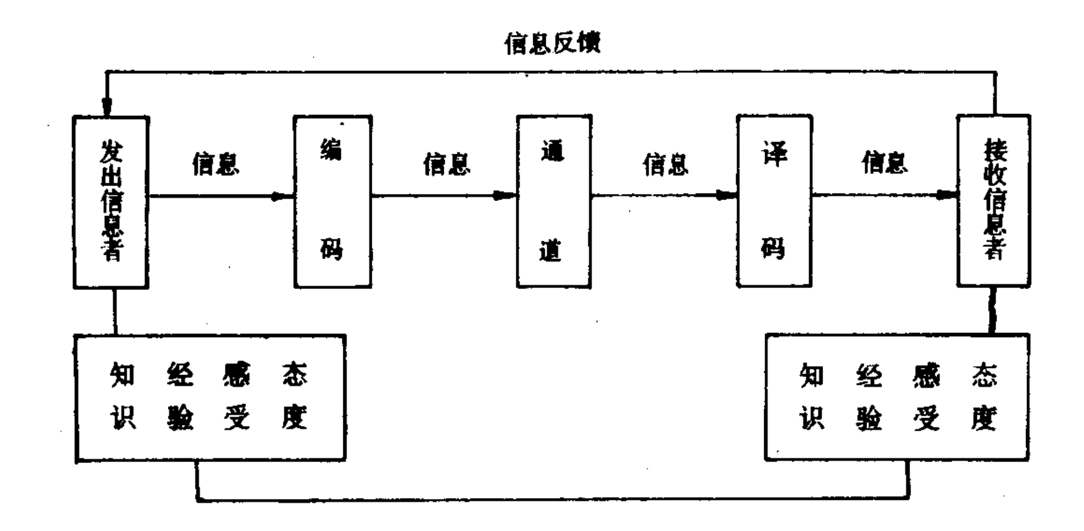
第五，不完全性。金融活动的内容非常丰富，且瞬息万变，这说明了金融信息很难概括无遗，特别是在收集、加工、传输过程中，必须有主观思路，有取有舍，因而决定了金融信息是不完全的，它只是反映一事物的某一方面或主要内容。

第六，金融信息是可以创造财富的财富，并且可用它们来进行有偿交换。

二、金融信息传递特点和作用

简单地说，金融信息传递是信息的发出者用某种方式（如语言、文字、图象等）将信息通过某种渠道（报刊、电台、电视、文件、书信等）传递给信息接收者的过程。金融信息传递的一般过程如图 3－2 所示。

图 3－2　**金融信息传递的一般过程**



金融信息无论通过什么渠道传递，但最终还是人与人之间的传递。金融信息传递同其他信息一样，具有以下特点。

（一）金融信息传递的特点

1. 金融信息传递，不仅是传递货币资金及与此有关的情况、动态、消息，而且还包括个人或组织的态度、思想和感情。

2. 在金融信息传递中，正确因素有着重要意义，涉及到发信者和接信者双方进行信息传递的动机、目的等。

3. 在金融信息传递过程中，会出现特殊的障碍，即心理障碍。比如，同样的信息经过不同心理选择而会走样。

4. 金融信息传递的结果，会影响人的态度、需要、行为，甚至引起金融市场的剧烈震荡。

（二）金融信息传递的作用

金融信息传递是现代化金融活动中一个极其重要的内容，

以致离开了它，金融活动则会一事无成而陷入混乱之中。因此，传递金融信息对于国家、银行、企业，以及个人来说，更是举足轻重。传递金融信息，对于银行来说，至少有以下三种功能。

1. 信息功能。通过传递金融信息，可以随时掌握金融动态、情况，了解货币资金的变化，了解企业、个人的货币资金需要、动机，了解金融机构及内部情况。这些信息对于银行的管理和发展是必不可少的。作为经济的中枢——银行，只有信息灵、情况明，才能决策准、收效大。

2. 协调功能。银行是由众多部门和分支机构组成的。通过有效传递信息，可以把各部门、各分支机构的情况、动态，以及大家的意见集中起来，统一步调、分工协作、分享经验、鼓舞情绪，有效地实现工作目标。银行管理中用以协调人们行为的各项决定、规范也要通过信息传递才能发挥作用。

3. 人际功能。信息传递能使银行与企业、客户，银行与社会，银行与政府以及银行内部职员之间的思想、情感、态度得以交流，增进彼此了解，有助于消除隔阂、误解，缓解矛盾和纠纷，促进良好的人际关系。

三、金融信息传递渠道

人们经常地在传递金融信息。按不同的依据，金融信息传递有以下几种。

（一）按组织系统划分，有正式渠道与非正式渠道

1. 正式渠道。正式渠道是通过金融机构和其他有关政府部门组织开展的金融信息传递和交流。例如，新闻发布会，文件、报告，以及各种咨询等。

2. 非正式渠道。指正式渠道之外的信息传递和交流。如同

事、朋友之间交换意见、传递情况等。

正式渠道对于货币资金的运行及组织管理活动来说，无异于人的中枢神经系统。这一系统畅通，货币资金才能有效地进行调控，金融市场才可能井然有序地运行，金融管理活动才可能正常进行。如果这一系统出现阻碍，那么，整个金融活动将会出现紊乱甚至造成整个社会的混乱，后果是极为严重的。因此，金融信息正式渠道必须畅通灵敏。目前，我国的各金融机构的信息传递正在向电子化、网络化发展，正式渠道的信息将愈来愈发挥重要作用。

（二）按金融信息传递方向划分，有上行传递、下行传递和平行传递

1. 上行传递。这是指下级机构或个人向上级反映情况、意见。如银行分支机构向总行汇报情况，呈送报表，个人向组织反映意见和要求等。

2. 下行传递。这是指上级单位或领导把经济金融等决策、计划、指标、工作安排、工作程序及其他情况传达给下级。

3. 平行传递。这是指平级金融机构之间或同阶层员工之间的信息交流，亦即横向联系。如中央银行与同级专业银行之间，同级部门、专业之间，银行与企业之间，领导之间，员工之间的信息活动。

这三种渠道都是金融信息传递不可缺少的，以至于缺少任何一种都会使金融信息传递受到阻碍，影响金融信息传递的通畅和效果。当然，在计划经济条件下，金融信息偏重于下行传递，也就是说各基层银行主要依靠上级的行政命令、各项计划进行工作。而现代金融管理中，则更重视金融信息上行传递和平行传递，提倡调查研究，掌握第一手材料，各部门和同级银行之间及银行与企业之间要加强横向联系，开展竞争和合作，特别是资金

市场建立之后，平行传递金融信息显得尤为重要。

（三）按信息传递方法划分，有口头传递和文字传递

1. 口头传递。这是指各种会议、演说、讨论、电话和广播等形式的信息交流活动。

2. 文字传递。这是指通过文件、通知、刊物报纸等形式的信息传递活动。

口头传递与文字传递各有优点。口头传递迅速、灵活，可以辅以语调、表情，以加强信息传递的效果。文字传递比较正规、准确、可保存。在金融活动中，文字传递运用较多，这是因为金融活动要求切实可靠，便于记载、公证。

四、金融信息传递网络

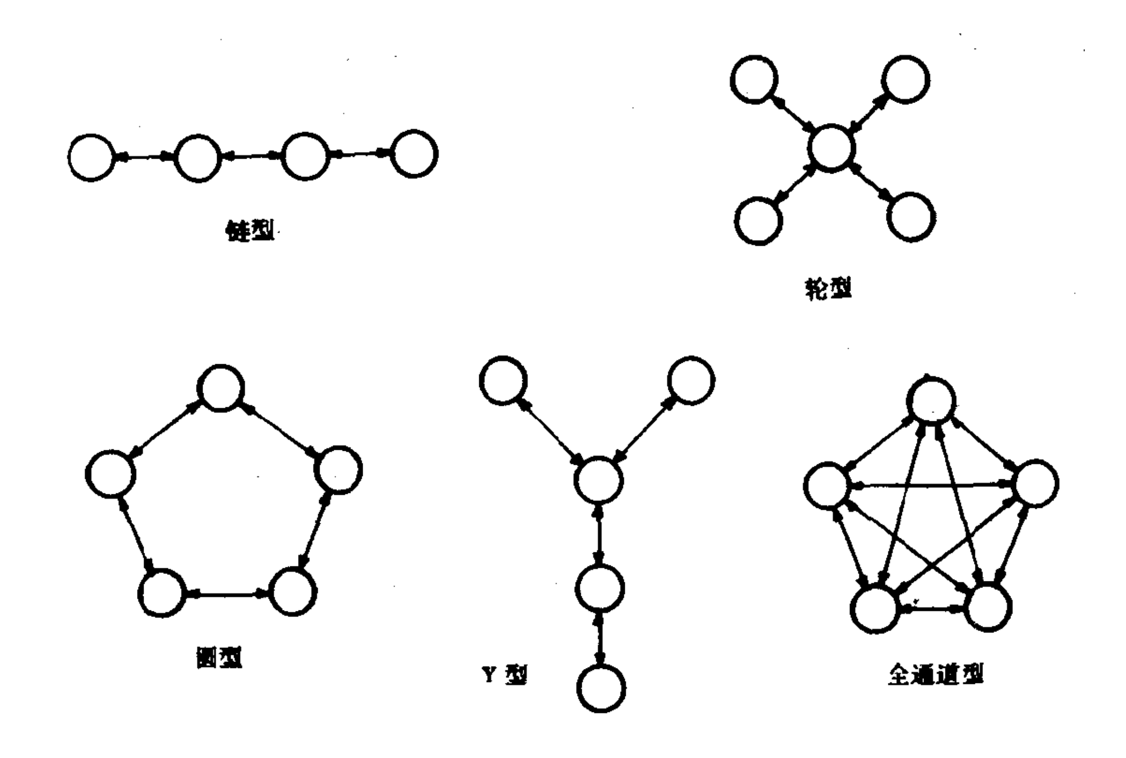
在金融信息传递过程中，发信者直接将信息传递给对方，或由中间环节传给接受者，这是传递渠道问题。然而，在现实金融活动中，金融信息传递并不是如此简单，而是多渠道、多层次，交叉传递，这种由多渠道所组成的模式，叫做传递网络。

（一）正式的信息传递网络

信息传递网络主要有正式和非正式两种。正式的传递网络是由正式渠道组成，它反映了一个群体组织的结构，也表现出组织中的权力系统。

美国管理心理学家莱维特（H·L·Leavitt）以五人小组为实验对象，提出了五种不同的信息传递网络，即，链型、轮型、圆型、Y型和全通道型。参见图3－3，图中的圆圈代表信息的传递者，箭头表示信息传递的方向。这五种类型网络各有特点，如果引入到金融组织机构中，则代表组织中的权力系统。

图 3—3　五种信息传递网络



1. 链型传递网络。这是指人们所说的纵向网络。代表主管与基层单位有中间层次的权力系统，信道逐级连接，通过这个网络及时、稳定、逐级传递信息。这一网络通常建立在同一系统内或相关部门，这是一种封闭系统内传递信息的方式。它的优点是正确性较高，速度较快，在系统内部传递信息可有条不紊地进行；不足之处是信道单一，若有一个信道产生错误，便会影响全局。

2. 轮型传递网络。它代表主管直接管理部属的权力系统，信道围绕一个中心，通过中心传递信息。这一类型的网络，信息传递速度快，并易控制，保证信息准确无误的传递出去。例如，总行

向各分行递送信息,银行向工商企业递送信息,都可采用这一网络。

3. 圆型传递网络。它代表不分上下等级没有领导与被领导关系的组织结构。在这种网络中,各成员处于同等地位,因为需要故而参加,有助于调动成员的积极性和主动性,但这种网络传递信息较慢,精确性也不够。

4. Y 型传递网络。它代表主管通过某种环节和基层单位间接进行联系。例如,行长通过办公部门向基层银行间接传递信息,这一类型兼有轮式和链式的优缺点。而且中间环节的效能对这一网络的影响较大。

5. 全通道传递网络。它代表网络中任何成员都能与其他成员直接传递信息的组织结构,它的优点是速度快、准确性高。显然这是一种最好的信息传递方式,但是这种方式对于面广、机构多的银行来说,则不太适用,因为信道的数目过多会影响信息接受与传出的效果,而且需要大量的人力、物力来维持信息网络通畅。

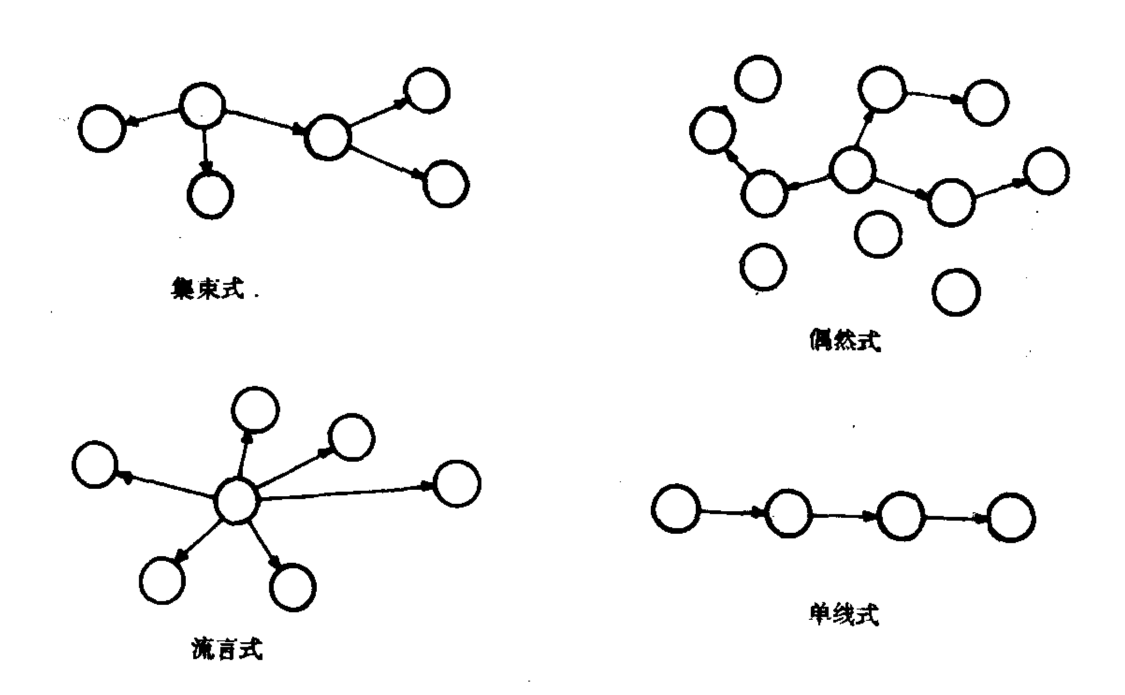
以上简要介绍了常见的五种信息传递类型,但实际中也可能不只这五种。在当今社会——经济高度发展、社会分工日益复杂、金融活动日趋频繁的情况下,金融信息对金融经济的作用显得尤为重要,各级金融机构的管理者应重视对本单位信息传递网络的研究和建立,力求采取最有效的传递方式,以保证金融信息纵横之间的畅通。

(二)非正式的传递网络

在金融经济活动及管理过程中,不仅存在着正式的金融信息传递网络,而且存在着非正式的传递网络,所谓非正式传递网络是指国家政府部门和金融机构等正式组织以外渠道而形成的传递网,即小道消息的传递网。

美国管理心理学家戴维斯(K・Davis)曾对小道消息进行了研究,发现有四种传播的方式,见图3－4。

图3－4　小道消息的四种传播方式



1. 集束式。这是指把小道消息有选择地传给自己的朋友或有关系的人。

2. 偶然式。这是指因偶然的机会传播小道消息。

3. 流言式。这是指一个人主动地将小道消息传给其他人。

4. 单纯式。这是指通过一连串的人把消息传给最终接受者。

戴维斯认为,小道消息传播的最普遍形式是集束式,这说明,小道消息一般只在特定范围内流传,它只传给那些与传播者有一定关系的人。

在金融信息传播中,小道消息也是一个重要渠道,特别是在

正式传递渠道不畅、金融形势不稳定、国家的金融政策态度不明确的情况下，传播的小道消息更多。人们利用小道消息传递金融信息，维护自己的货币资金安全，追求最大经济利益，这是人们金融活动的一项内容，完全避免是不可能的。有的小道消息反映了群体、社会的需要、意见和心理活动，对于研究金融政策措施、稳定金融、稳定经济具有参考意义。但是小道消息对于稳定金融也有不利的一方面，甚至起到破坏性的作用。例如，1988年夏天，社会上到处传播物价要上涨、银行存款资金不足等小道消息，最终触发了全国范围的抢购商品、挤兑存款风波，给金融稳定带来不利影响。当然，也有些小道消息是有的人为了达到某种目的而有意散布的。因此，无论是政府，还是各金融机构，都要采取相应的措施，减少和防止小道消息传播。同时，要在不违背保密原则的前提下，尽可能的通过正式渠道让大家得到有关的消息，增加金融市场的透明度，这样，对减少小道消息的传播也有重要作用。

五、提高信息传递效果

在信息传递过程中，发信者发出信息的目的是使受信者接受其信息后引起某种效果，但是信息传递的结果是否能达到发信者预期的目的，还必须要有效地传递信息。做好这项工作，除了上述渠道因素外，还要求重视以下几个方面。

（一）传递有用的金融信息

传递金融信息必须是人们需要的，与受信者有一定的关系。一般说，信息与受信者的关系越密切，信息接受率就越高。比如说，贷款方面的信息应传递给告贷者和关心信贷活动的群体，而储蓄信息则传播给储户及其他消费者，这样，会给他们带来心理

上的满足，对其有现实意义的信息，受信者就特别关心，并产生相应的行为变化。

（二）传递真实的金融信息

金融信息的真实性是指符号信息引起的联想与客观规律相符合的程度。真实的金融信息人们易于接受，这也是信息传递的基本条件。如果信息不真实，容易引起人们错误的反应，甚至会带来破坏作用。

（三）传递清晰的金融信息

发信者能否清晰地陈述、表达信息内容，信息在传递过程中是否因受到干扰而变得含糊，这些都会影响信息接受效果。当然，对于不同的受信者，对所传递的金融信息的清晰程度的要求不完全相同，如信贷投向政策，越到基层越应具体明确。

（四）提高受信者素质

金融信息的接受率与受信者的许多个人因素有关。由于人的知识、经验、态度、观点及当时的心理状态不同，对同一信息就会有不同的看法、不同的选择，有的对信息会产生误解。因此，信息接受的效果大小随着个人的具体情况而不同。一般说，素质较好的人，信息的接受率较高。

（五）选择恰当的信息传递工具

金融信息传递的工具很多，如报纸、电视、电台、文件、广告、传真等，但由于人们工作生活条件不同，接触的信息传递媒介也不同。因此，发信者要根据受信者的条件环境和信息传递的要求，选择恰当的信息传递工具。

第四章　储蓄心理研究

储蓄是人们经济生活中的一项重要内容，也是银行资金来源的主要渠道。对“储蓄”这一概念，人们有多种解释。在中国历史上，把金、银等贵金属货币以及实物窖藏起来，称之为储蓄。如战国《尉缭子·治本篇》中的“民无二事，则有储蓄”。西方经济学中所说的储蓄，是指收入减去消费的节余部分，具体包括银行存款、保险、各种债券、投资、房地产、现金等。这是储蓄的广义定义。而目前在我国理论与实际工作中，以及本章所研究的储蓄，是一种狭义上的储蓄，是人们把待用的或节余的钱存入银行的一种信用活动。

储蓄行为，是指储蓄者为了满足某种需要而将钱存入银行的过程中所发生的心理活动。无疑，储蓄者在储蓄过程中发生的心理活动，是主观与客观的统一，是储蓄者对客观条件与本身需要的综合反映。这种复杂而微妙的心理活动，直接支配着储蓄者的储蓄行为，影响着实现储蓄的全过程。本章将侧重研究储蓄者的心理活动过程，储蓄与消费的心理关系，环境对储蓄行为的影响，从而揭示储蓄者的心理活动规律，为促进储蓄工作提供科学依据。

第一节　储蓄行为的心理因素

上面说过，储蓄不仅是货币资金的一种运动形式，而且与储

蓄主体即储蓄者的心理活动有密切联系。亦言之，储蓄者的储蓄行为是以其千姿百态的心理活动为基础的，它依据于当时的客观现实，并受人的心理活动特点所制约，特别是认识、情绪和意志等方面，更多地包含着储蓄者自身行为动机的成份。下面关于储蓄行为的心理因素讨论，便是为了回答储蓄者为什么要储蓄等问题。



一、储蓄者的心理活动过程

在储蓄活动中，储蓄者的种种行为表现，无论是极简单的，还是很复杂的，都有它的一个心理变化过程。储蓄者从认识储蓄开始到储蓄体验，由于周围存在影响心理活动的各种环境因素，其心理变化不一样。概括起来，储蓄者的心理活动，大致要经过认识、情绪和意志三个过程。

（一）认识过程

储蓄事业的发展过程，本身就是人们对这一事物的认识过程。人们对储蓄的认识，往往是先有笼统的印象，再进行深入的了解，然后运用已有的知识和经验，有联系地、综合地加以理解。这个过程主要是通过储蓄者的感觉、知觉、记忆、思维等心理活动来完成的。在人们开始认识储蓄之前，并不知道储蓄是何物，对储蓄缺乏最基本的了解。不了解储蓄，也就没有储蓄行为。在日常生活中，我们经常见到这样的事情，某人把积蓄的钱存放在瓦罐内埋入地下；某人把钱藏于箱底，等等。在当今储蓄服务广泛的条件下，出现这些现象，至少说明了对储蓄缺乏了解。如何增强人们对储蓄的认识，除了大力发展储蓄外，我们还必须开展广泛的储蓄宣传，向社会宣传储蓄，介绍储蓄的政策原则，这样，才能使人们对储蓄有一个初步的了解，逐步懂得参加储蓄的好

处和有关的储蓄知识，由不认识到认识，由不感兴趣到感兴趣，不断激发人们储蓄的愿望。储蓄的认识过程是储蓄行为的重要基础，也即是“懂储蓄”阶段。

（二）情绪过程

每个人都处于复杂变化的社会环境中。在对储蓄的认识过程中，其必然会受到自身需要与社会性需要的支配，引起不同的内心变化和外部反应，构成对储蓄的情绪色彩。象喜欢、愉快、忧虑、恐惧等，便是一个人情感的表现形式，也就是通常所说的情绪。当人们对储蓄有了一定的认识后，由此会形成自己对储蓄的态度和看法。有的人勤俭节约，热心储蓄；有的人勉强储蓄；有的人超前消费，不愿储蓄，等等。这种种思想便是情绪因素的反映。

储蓄者的情绪表现尽管不可胜数，各种情绪表现的程度和形式也有着明显的差别，但储蓄者在储蓄活动中所表现的情绪，主要有三种：积极的、消极的和双重的。积极的情绪，如愉快、欢喜、热爱等，它能增强储蓄者的欲望，强化储蓄行为；消极的情绪，如厌恶、恐惧、忧虑等，它能抑制人们的储蓄欲望，阻碍储蓄行为；双重的情绪，如既满意又不满意，既喜欢又忧虑等。不过，由于储蓄者的情绪受各种主观的和客观的因素影响和制约，这种两极情绪是可以彼此转化或互相融合的。

情绪过程是储蓄者心理活动的一种特殊反映形式，贯穿于储蓄者对储蓄的评定和信任等心理活动过程。当大部分人对储蓄有了一定认识后，便会根据自身的经济条件和各种不同的需要，评价储蓄，选择储蓄种类。因为这个过程是由情绪因素来支配的，因而称之为情绪过程，也可叫做“愿储蓄”阶段。

（三）意志过程

当人们有了认识过程和情绪过程之后，接下去便是意志过程。意志过程是指人自觉地确定目的，并支配行为，克服困难以

实现预定目的的心理过程。对于储蓄者来说，这种意志过程表现在具体行动上，就是有目的地、有计划地参加储蓄，变储蓄意愿为实际行动。

储蓄者对储蓄的意志过程一般可分为两个阶段：

1. 作出储蓄决定。它主要包括储蓄目的的确定，储蓄方式的选择，储蓄动机的取舍等。实际上是储蓄者进行储蓄前的准备阶段。

2. 实施储蓄决定。就是储蓄者根据既定的储蓄目的，采取行为，把储蓄愿望转化为储蓄的实际行动。

在储蓄活动中，储蓄者能否克服外部困难的阻力，实现既定的储蓄目标，有赖于意志行为的心理过程。这一行为过程，也可称为"来储蓄"阶段。

人们从"货币的窖藏"到"银行储蓄"，这一转变经过了认识、情绪、意志三个过程。这三个过程也就是储蓄行为的心理活动全过程。

二、储蓄动机

储蓄行为是储蓄者的个体心理活动结果，但是，这种心理活动，在很大程度上受到储蓄动机的制约。储蓄动机是储蓄行为的内在动力，是引发储蓄行为的直接原因。

由于各人所处的环境不同，其储蓄动机也不一样。凯恩斯认为，决定储蓄的动机是"谨慎、远虑、计算、改善、独立、企业、自豪与贪婪。"① 萨缪尔森在《经济学》中分析这一问题时说："个人企图储蓄的理由是各色各样的，他想为老年的生活或将来的开支

① 凯恩斯：《就业利息和货币通论》，商务印书馆 1944 年版，第 94 页。

(假期旅行或购买汽车)作准备;或者,他可能具有不安全的感觉而未雨绸缪;或者,他可能希望给他的子孙留下遗产;或者,他是一个年高八十而没有后代的守财奴,为积累而积累;或者,保险公司的代理人曾经说服了他,使他签订了一张储蓄的契约;或者,他可能想到较多的财富所带来的权力;或者,节俭可能仅是一种习惯,几乎是一种条件反射,其根源连他自己也不知道。”①

当然,他们分析的只是资本主义社会制度下所引发的储蓄动机,而不可避免地带有资本主义社会制度下那种道德价值观念及人际关系的痕迹。那么在社会主义制度下,人们的储蓄动机是什么?有什么特征?

下面是1988年在某地区进行的一次储蓄心理问答调查的结果,见表4—1。

表4—1　　某地区储蓄动机调查表

储　蓄　动　机	人　数	占%
1.支持国家经济建设	17	8.5
2.购买高档耐用消费品	32	16.0
3.建房或买房	10	5.0
4.旅游	8	4.0
5.准备结婚	25	12.5
6.为子女积蓄	35	17.5
7.养老	27	13.5
8.利息收入	19	9.5
9.安全防备	11	5.5
10.持币待购	14	7.0
11.无目的	2	1.0
合　　计	200	100

① 萨缪尔森:《经济学》,商务印书馆1979年版,上册,第290页。

调查情况表明，目前人们的储蓄动机主要有以下六种。

(一)政治动机

人人生活在一定的社会环境中，总是有一定的政治信仰和爱国热情。这种政治信仰和爱国热情体现在储蓄上，就是把手中的货币聚集起来存到银行，为国家筹集经济建设资金，以这样一种目的为驱动力的储蓄，我们称为政治动机。

(二)消费动机

储蓄是为了消费，这似乎是不容置疑的。人们为了生活的需要，必须不断增加货币收入，但一定时期的货币收入，却是难以与其消费愿望相一致的。因此，要实现其某种消费愿望，人们必须把日常手中的货币积累到一定的数额，这就是到银行储蓄的原因，即储蓄者所具有的消费动机。调查资料表明，消费动机在储蓄者的所有储蓄动机中占有很大比例，象“购买高档耐用消费品”的占16%；“建私房”的占5%；“旅游”的占4%；“准备结婚”的占12.5%。这种动机形成的储蓄存款具有一定的稳定性，只有到了一定的时间，具备了一定条件，储蓄存款才会转入消费。

(三)远期生活动机

在社会生活中，由于各种因素的考虑，人们必须对今后的生活作一个大致的安排，特别是在经济问题上，考虑得更多一些，在收入不是很高或不够稳定的储蓄者那里，也是比较普遍的。有的人为了子女今后的生活着想，有的人为自己晚年的生活着想，有的人为了预防意外的急需，因而引发储蓄行为。调查资料显示，“为子女积蓄”和“养老”的分别占17.5%和13.5%，这个比例就说明了这一问题。

(四)利息动机

随着商品经济的日益发展，人们在商品经济的冲击下，耳濡目染，逐步了解商品经济规律，懂得了货币的时间价值，货币利

息观念不断增强。现在，在银行利率的刺激下，以获取利息为目的已成为多数人储蓄行为的重要起因。这几年，银行多次调高储蓄利率，每一次调整对于增加储蓄都起到了明显效果。此外，人们储蓄时，总是仔细选择利息档次较高的储种。在调查中，以利息收入为储蓄动机的占 9.5%。

（五）安全动机

一般来说，人们会有这种感觉，当手中存放有一定数量的货币时，总会感到惴惴不安。这种感觉来自两个方面，一是自然界的威胁，二是社会上犯罪行为的威胁。这种不安全的心理迫使人们对手中货币的管理进行考虑，而在多数人心目中，货币存在银行可以防止被盗，防止意外灾害，于是便有了储蓄行为。

（六）习惯性动机

每个人都有自己的习惯，这是从小受家庭和社会教育培养而成的一种心理。储蓄行为中也有这样一种心理，他们很早以前就体验到了储蓄的好处，对储蓄怀有特殊的感情。因此，只要手头上有钱，便自然而然地存到银行。怀有这种动机的储蓄者，往往不太计较利率高低和存取款方便等问题，而表现出一种稳重、执著、坚定的储蓄行为。

除了上述六种储蓄动机外，还有少部分人的储蓄行为并不具备较明显的动机，或无目的性，储蓄对他们来说，只是一种从众心理驱使下的行为，手中有了货币，看到别人到银行存款，自己也便跟着去存。这样，他们的储蓄行为便发生了。

在上述储蓄动机中，一个储蓄者可能只有一种动机，也可能同时兼有几种动机，可能这时是这种动机，过了一段时间，他的动机又有了变化。但是，一般说来，无论储蓄者属于哪一种动机，其参加储蓄的目的只有一个，最终都是为了消费，储蓄行为最后终归是要向消费行为转化。作为银行经营管理者，可以找出人们

的储蓄动机，即找出人们对储蓄的潜在欲望，有的放矢地搞好宣传工作，刺激和引导储蓄动机，使储蓄动机与良好的储蓄经济效果统一起来。

三、储蓄性格与储蓄行为类型

性格，是人的个性中最重要、最显著的心理特征之一，是人对现实的态度和行为方式中经常表现出来的稳定倾向。所谓储蓄性格，就是说，储蓄者由于生理素质、社会环境因素的影响，逐渐形成的对储蓄这一经济生活现象的态度，以及与此相适应的储蓄行为方式。

人们各自不同的习惯了的储蓄行为方式，主要取决于各自认识、情绪和意志这些心理过程的不同特点。在认识方面，有的主动观察认识金融经济形势，有的被动接受金融杠杆调节；在情绪方面，有的储蓄行为稳定持久，有的起伏短暂；在意志方面，有的储蓄目的明确，有的储蓄没有目标，这些不同心理过程对储蓄行为方式的影响，构成了性格的理智特点、情绪特点和意志特点，它们对人的储蓄行为活动的自我调节都起着一定的作用，是构成人们不同储蓄性格的重要因素。

在储蓄活动中，储蓄者各种不同的储蓄性格，往往表现在他们对储蓄活动中的态度和习惯性的储蓄行为方式上。一般说，对储蓄者的性格和储蓄行为类型可作如下大致的分类。

（一）理智型

这种储蓄性格的储蓄者，对储蓄能够冷静地进行理性的思考，用理智来衡量储蓄，支配行为。他们在储蓄行为发生之前，往往会根据自己的父母、朋友、同事等人的经验，对储蓄这一经济

现象进行分析比较，尔后便在他们的心里建立起一种对储蓄的信念，形成一种积极明智的储蓄性格。他们的储蓄行为表现为周密性、长期性和稳定性。他们参加储蓄以理智占优势，很少感情冲动。储蓄对他们来说，主要不是外部环境的影响，他们的储蓄活动一般不会因外来因素而中断。这种类型的储蓄者在社会生活中也总是表现出一种严谨的生活态度。

（二）意志型

这种储蓄性格的储蓄者，对储蓄持有一种积极主动的态度。他们有主见，行动果断。储蓄对他们来说，是为了购买高档商品，为了建房，为了子女今后的生活和自己晚年的费用开支等，因而，他们要储蓄。他们的储蓄行为表现为 主动性、目的明确性、存期连续性的特征。他们对待储蓄谨慎而又果断，在储蓄前，会三思而行，多方盘算，确定好了目的后则行动迅速坚定，如果没有意外情况，他们的储蓄行为仍会坚持下去，直到实现他们的储蓄目标。

（三）情绪型

在储蓄活动中，情感反应比较强烈，容易受各种诱因的影响，储蓄行为带有较浓的情绪色彩的储蓄者，其性格大多属于情绪型。一般说，这种储蓄性格的储蓄者缺乏主见，易冲动，其储蓄行为没有十分明确的目的，储蓄行为往往是凭自己的直觉和感情（而自己的感觉又是在别人的影响下）来进行的。他们的储蓄行为表现为随意性、冲动性和从众性的特征。他们一般缺少丰富的生活经验，对储蓄这一经济现象了解不够，其生活少有计划性，易受外界环境的干扰和支配。储蓄对他们来说并不具有特别的意义。由于这种储蓄性格的储蓄者的行为具有不稳定性，因而，他们的储蓄行为常常表现为断断续续、时有时无，但如果宣

传引导得法，可以利用他们的从众心理，积极推动他们的储蓄行为，也可以使他们的储蓄行为逐步稳定，这就是银行储蓄工作者要认真研究的工作。

第二节　消费者行为与储蓄

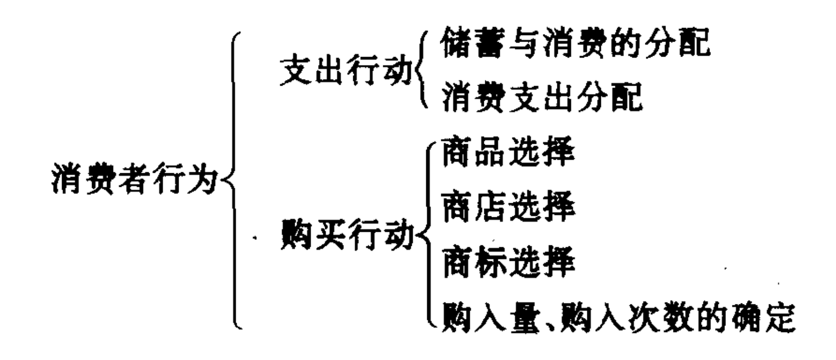
储蓄并不是一个现代才出现的概念，而是人类在长期的消费中积累起来的生活经验。储蓄与消费是密切联系的一对概念，从经济学的观点来看，储蓄是人们货币收入除去消费以外的节余部分。所以，撇开消费来谈储蓄就显得过于狭窄。在这一节中，我们简要地介绍和探讨消费者行为及其与储蓄的心理关系。

一、消费者与消费者行为

顾名思义，消费者就是指消费商品的主体(个人或家庭)。不过，这里的“商品”概念是广义的，不仅包括市场上出售的各种产品，还包括有偿劳务。在实际生活中，每个人都要消费大量的商品与劳务，可以说，生活中的任何一个人都是消费者，作为储蓄者，他首先是一个消费者。

消费者行为是一个表示消费主体多元的复杂行为的概念。所谓消费者行为，是指消费者通过消费支出(货币与信用)，取得为自身生活的形成、维持和发展所需要的商品或劳务时的选择方式，其中包括各个选择行为和一定时期内的选择行为的积累。从分析的角度看，消费者行为可大致分为支出行动和购买行动两类，并可进一步分为六个方面，见表4－2。

表 4—2



关于消费者行为表示的范围，需要附加若干限定，即消费者仅指个人、家庭，而企业、机关、团体等机构的消费行为不在概念的范围之列，这与西方经济学中消费者有所区别，再就是，消费者行为还包括我们日常生活中，对消费品怎样选购、怎样安排、怎样消耗等过程，但不是我们这里所关注的内容。本节所说的消费者行为一贯是指消费者分配行为或决策本身，也就是上述所讲的支出行动。

根据心理学原理，引发消费者行为的直接原因是消费动机。消费动机是引发消费者行为，并将其行为导向某一目标的内驱动力。例如，一个人想游览桂林山水美景，于是，就产生了旅游观光的动机，这一动机引导他寻找各种机会，积累旅游费用，直到观赏到桂林山水美景。那么，促使消费动机产生的原因又是什么？心理学认为主要有两个来源。

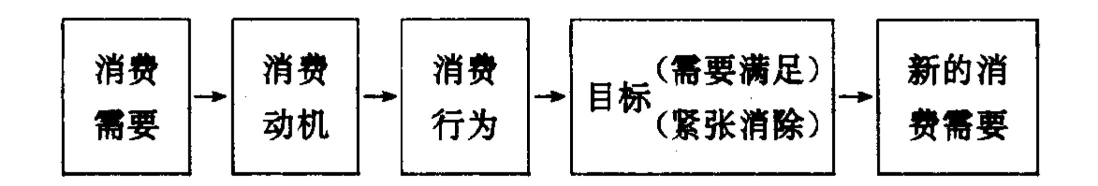
一是内在条件，即消费需要。在消费活动中，当个体缺乏某种东西时就叫消费需求，也就是对消费目标的渴求和欲望。这种渴求和欲望有两种情况：一种是个体内维持生理作用的物质因素，即物质消费（如食物、衣服、药品等）；另一种是缺乏社会生活所必需的心理因素或文化因素，即精神消费（成就、荣誉、愉快、赞美等）。当一个人缺少这些东西时，就会感到身心不安，紧张或

不舒服，从而产生某种消费需要。

二是外部条件，即外来的刺激。外部的刺激也会引起消费动机的产生，比如，一个职工的货币收入突然增加了很多，这时，他有可能会引发消费动机；报纸、电台、电视的广告宣传，也会刺激消费者，这些都属于外部刺激。

根据这种动机需要理论，消费者行为的基本模式如图 4－1 所示。

图 4－1　消费者行为产生的基本模式



在西方经济学中，消费者行为是其中重要内容之一，并提出了目前广为人们接受的“消费倾向”这个概念。所谓“消费倾向”是指消费者的货币收入中用于消费部分所占的比重。西方经济学认为，影响消费倾向有客观因素和主观因素两种。

客观因素主要有：工资单位的改变；净所得的变化；资本货币价值的意外改变；时间贴现率的改变；财政政策的改变和个人对其未来所得预期的改变。

影响消费倾向的主观因素有：建立准备金，以备不时之需，以防不测之变；预先对未来所得减少或消费扩大的储蓄；愿意牺牲一个较小的现在消费，以获得较大的未来消费；人们总是希望自己的生活不断改善（人的本能），对未来模糊的追求的需求；为了成功和表现自己能力的需要；为了获得从事投机或发展事业的本钱；为后人留下财产；满足对财富的占有欲，纯粹的吝啬欲。

以上称为八种需要，即谨慎、远虑、计算、改善、独立、企业、

自豪、贪婪。相应的动机是享受、短见、慷慨、失算、炫耀、奢侈。这八种动机都将引起消费行为的减少，而增加个人的储蓄行为。

二、储蓄与消费的心理关系

储蓄和消费是一种经济行为，是人们的一种心理活动过程。它们既表现为一定的经济关系，同时又存在某种心理联系。根据储蓄与消费的心理活动，我们可以从以下几方面看到它们之间的相互关系。

第一，储蓄与消费的动机是密切联系而又相互统一的。从前面我们讨论的储蓄动机与消费动机看，它们是同一生活范畴的两个方面，两者紧密联系，相互转化。从某一时期看，消费动机趋于旺盛时，储蓄动机则会削弱；相反，储蓄动机过于强烈时，消费动机就会减弱，两者互为消长，此强彼弱。但是，储蓄动机必须建立在一定的消费动机之上，消费动机决定储蓄动机。从目前的储蓄动机调查情况看，或将即期消费推迟到远期消费；或积蓄货币追求更高的消费；或获取利息，也是为了消费。储蓄与消费始终是联系在一起的。作为储蓄者，不管其动机如何，最终都是为了更好地消费。

第二，储蓄与消费的经济关系是表面的、被动的；心理关系是内在的、主动的。前面我们提到，储蓄是货币收入退出流通领域的暂歇状态。货币收入的归宿不是储蓄，而是消费。在收入一定条件下，消费与储蓄成反方向变动，它们的经济关系用公式表示：储蓄＝收入－消费。在数量上，储蓄与消费是矛盾的、对立的两个方面，但是，从心理角度看，储蓄与消费又是统一的心理过程。它们都不是人们的生活目的，而是维持人的生存和发展，满足人的心理需要的两种不同手段。消费重于物质性，储蓄则更重

于精神性。

第三，储蓄和消费行为是人的外部活动，受内在心理活动的支配，但外部活动先于内部活动，并不断影响内在心理活动。当一个人的货币收入还只能维持温饱生活水准时，他可能省吃俭用，挤出一点钱去储蓄，其目的只能是为了留有后备，只有随着储蓄的不断增加，才能逐步诱发出力所能及的消费心理和行为；当储蓄达到一定数额时，又会诱发更高的消费需要，为了达到目的，就会有更多积蓄的欲望。目前，有些银行开展的存贷结合和与高档消费品挂钩的专项储蓄形式，有利于把人们消费引导到合理健康的轨道上来，形成有组织、有计划吸储和引导消费活动。消费可以促进储蓄，储蓄又可诱发、引导和促进消费。

三、消费行为与储蓄行为转变

消费与储蓄关系的讨论表明，消费与储蓄是同一生活的两个方面。在货币收入一定的条件下，消费与储蓄此增彼减、相互影响、相互转换。具体说，表现在以下几方面。

第一，人们总是先安排消费而后进行储蓄，即使是在收入的同时进行储蓄，也是以本期的基本的消费支出为前提。在消费过程中，最基本的是生存资料的消费，也包括享受和发展性消费。一般情况下，相当部分人减少本期消费进行储蓄，是为了将来获得享受资料以至发展资料。因此，本期消费行为减少，意味着储蓄行为增加，相反，本期消费行为增加，则必然要减少储蓄行为，当消费行为超出了本期收入的限度，那么，就会出现负储蓄行为，即动用原来的储蓄存款。

第二，由于消费市场缺乏适销对路的消费品，当本期部分消费行为无法实现时，产生了储币待购或储币选购行为，即预期的

消费行为转换为储蓄行为，这种转换又称为被迫储蓄。

第三，在价格稳定(或价格下跌)、商品供应充足时，人们一方面增加消费，购买更多更好的消费品，不断改善生活；另一方面，由于在一定时期内支付能力有一定限度，只有通过一定的储蓄行为，才能实现新的、更高的消费。因此，对未来消费的欲望也会使消费行为转化为储蓄行为。但是，在价格上涨时，人们感到存款不如存物，这种情况下，多数人会增加消费，而减少储蓄行为。

第四，如前所述，储蓄利息是人们牺牲目前消费而获得到的一种补偿。人们对利率非常敏感，当利率上升，人们认为储蓄比消费更能获得满足时，他会尽可能地减少消费而增加储蓄，直到两者达到平衡为止。相反，当利率降至人们认为比消费的效用更小时，他会减少储蓄而增加消费。当然，我们这里讨论的利率调节消费与储蓄是在一般情况下，对于特定储蓄动机和习惯性储蓄，这种转换就很少。

从上述讨论中不难看出，储蓄对于引导消费、改善人民生活具有重要意义，是人们生活中不可缺少的一部分。储蓄与消费的另一个问题是引导消费，这是储蓄工作的出发点和归宿，是金融经济发展的要求所在。

其一，宣传储蓄。储蓄的增减取决于居民的储蓄倾向，而储蓄倾向则是由消费者的心理变化所支配的。宣传储蓄，就是通过各种宣传媒介，通过说理和现实的事例来诱导人们合理储蓄。潜移默化的作用是不可忽视的，一旦人们在长期接受宣传过程中，形成了合理的消费倾向和储蓄倾向，那么，再用其他手段都不太容易改变。日本战后国内储蓄率较高，是与当时的储蓄宣传分不开的。

其二，引导消费。在实际工作中，要实行有利于引导消费的

储蓄政策。一方面可以通过开展消费贷款积极引导消费，另一方面要创造更多的金融资产，增加储蓄品种，如开办子女教育基金储蓄、养老储蓄、购房储蓄、旅游储蓄，有计划地引导消费者改善生活，提高消费效果。与此同时，要收集各种信息，进行综合分析，为生产部门反馈信息。

其三，加强储蓄服务。消费者的储蓄倾向在很大程度上取决于储蓄工作效率和服务质量。目前我国储蓄业务手段比较落后、工作效率不高、服务态度较差等，在一定程度上影响了储蓄引导消费的作用。因此，应当尽快装备现代化的业务设备，提高工作效率，改善服务，努力方便储蓄者。

其四，灵活有效地运用利率手段。要不断完善利率体系，确定合理的利率水平，根据市场变化和金融政策，灵活调节、合理运用，起到紧缩或放松银根、引导消费、稳定市场的积极作用。

第三节　社会经济环境与储蓄行为

储蓄作为一种经济行为，不是孤立地存在的，它必然受到社会经济环境及人的内在因素的制约。在这一节中，我们将着重讨论社会文化、经济增长，家庭结构等因素对储蓄这一经济行为的影响，并研究如何利用这些因素来引发积极的储蓄行为。

一、社会文化对储蓄行为的影响

每个储蓄者都在一定的文化环境中成长，并在一定的文化环境中生活着，他们的思想意识和储蓄行为必然受到这些文化

环境的深刻影响。有这样的例子，我国的国际金融工作者，在与外商谈判中感到，日本人谈判时漫天要价，10 万元一台的设备报价 18 万元；法国人则比较实际，10 万元一台设备只报价 11 万元。在储蓄行为中，美国人崇尚高消费，往往是先消费，剩下的节余再储蓄；而日本人则视节俭为美德，常常是先储蓄，然后有计划消费。这些差别都是由于受到不同民族文化因素作用的结果。

在我国文化背景下，反映在储蓄行为中的我国人民的民族心理特点，较为明显的有以下几方面。

（一）家庭伦理观念

我国仍然保持了传统的家庭结构形式，既有两代人，又有三代人、四代人的家庭。家庭成员之间的依存关系比较紧密，这主要体现在经济关系上。因此，我国的储蓄，以家庭主户为储蓄者的居多。储蓄行为，往往与整个家庭紧密联系在一起。例如，父母为子女入学储蓄，为子女结婚储蓄；子女为父母养老储蓄，为兄妹生活储蓄。储蓄能力也是以家庭收入来计算的。如果说，西方国家比较重视个人的权利，那么，我国人民则更重视自己的义务和责任。

（二）求同心理

西方社会强调个人的价值、个人的需要和个人的意志，中国人则比较重视人与人之间的关系和集体主义原则。个人行为习惯于与周围环境、与集体行为保持一致，不愿意“鹤立鸡群”；也比较注重社会规范；考虑行为的社会效果，周围人对自己的评价等等。因此，在经济生活中，尽量缩短心理差距，取得认同，也往往产生“相符行为”，“从众行为”等。在储蓄行为上也是如此。前几年，银行在各单位开办了代办储蓄，参加的干部职工较多，其中有些自己已在银行储蓄，或生活比较拮据的也都参加了代办

储蓄。这里,求同心理起了很大的影响作用。又如,有些经济条件较好、储蓄多的个人,因为怕冒尖露富,往往分散秘密储蓄,或把钱窖藏在家里等等。实际上这也是求同心理的一种反映。

(三)节俭美德

我国人民历来崇尚勤劳、节俭,以勤俭为荣,以挥霍奢侈为耻,由此形成了以生活朴素为美德的传统价值观念。在货币行为方面,花钱较为慎重,长于计划、精打细算,收支安排时,总是留有一定余地。我国人民的节俭传统对促进我国储蓄事业的发展起到了重要作用。

二、家庭环境对储蓄行为的影响

家庭是社会的基本细胞,它是社会体系中的一个特例。家庭对储蓄者有着不可低估的影响力。它是储蓄者的最基本的心理依赖群体。

(一)幼年环境对储蓄行为的影响

储蓄者在幼年开始的社会化过程中,从家庭长辈那里形成了储蓄意识和储蓄行为,同时,幼年时的家庭环境、文化背景对成年以后的储蓄行为有一定的影响,除了长辈的消费方式、储蓄习惯对晚辈有影响外,其家庭的教育方式也影响到以后他们的货币行为。比如,溺爱与放任式的家庭教育容易助长子女的自私、任性和花钱大手大脚;而教育严格、朴素节俭的家庭教育,以及从小让他参加一定劳务活动和家庭理财的子女,长大以后,他们更懂得劳动所得的来之不易,花钱善于计划,也善于储蓄。

(二)现实对储蓄行为的影响

储蓄者的现实家庭环境对其储蓄行为的影响更为直接,这主要表现在以下三方面。

1. 家庭人口对储蓄的影响。家庭是“收入、消费”单位，家庭储蓄存款的多少，取决于家庭人均货币收入水平，家庭人均货币收入水平又受家庭就业人口数、工资水平和家庭人口数量的影响。在一般情况下，家庭人口数量少，人均货币收入高，在银行的储蓄就多；家庭人口多，人均货币收入低，在银行的储蓄存款就少。这是因为，人口少的家庭来自生活压力的心理负担小，对即期的货币收入除了满足目前的消费外，基本上还有储蓄能力，以达到未来更高消费欲求的满足。由于人口少，消费的质量就会高一些，因而在更高的消费欲求得到满足后，又会出现新的消费目标，于是储蓄行为得到了延续。同理，在人口多的家庭，由于人均货币收入的相对降低，来自生活的重压很难有多少储蓄，因为它没有相应的货币作为物质基础，即使有储蓄的愿望也很难实现。当然，子女成人后也会成为劳动力，但子女一旦成为劳动力，他们很快要成家，生儿育女，家庭负担还是降低不下来。仅从金融心理学的理论出发，我国实行计划生育的人口政策是很有必要的，当传统的大家庭显著减少后，一个或两个子女的小家庭就会增加，这一发展趋势，将对储蓄行为产生一定的影响。

2. 家庭消费观的影响。家庭作为消费单位，其消费观既会影响到家庭消费行为，又会影响到家庭的储蓄行为。消费与储蓄是紧密联系在一起的。一般说，一个家庭具有什么样的消费观，主要是由家庭的人均货币收入、家庭成员素质，以及家庭中担当管理者角色的观念等因素决定的。家庭的人均货币收入高，其消费目的、层次更丰富，储蓄的动机相对加强。家庭成员的文化素质、生活态度也影响着消费观。家庭成员中如果具有较高文化素质水平，其消费与储蓄就能够合理有机地统一起来，能够科学地安排生活，提高生活质量。譬如，他们不会盲目地抢购商品，也不会过早地购买目前显然不需要的耐用消费品，消费行为更为理性，

更有计划。显然，这种消费观使储蓄动机也会得到相应加强。在一个家庭中，那些担当管理者角色的成员，即通常所说的家庭决策者的消费心理，在很大程度上影响到家庭的消费观。如果他的消费倾向过强的话，那么，这个家庭的消费行为大多是即期的，储蓄动机便被掩藏在这过热的消费行为之中，如果他对生活有长远的考虑，有“节俭持家”的传统美德，那么，他们的家庭储蓄心理便会得到强化，其消费也会体现有计划性。

3. 家庭寿命周期的影响。家庭是由成员组成的，人的生命周期决定了家庭寿命周期。家庭寿命周期就是家庭从着手建立到最后衰亡的全过程。一般说，家庭寿命周期分为五个阶段。

(1)家庭筹建阶段。此阶段即青年男女准备结婚的时期。

(2)家庭初建阶段。此阶段即刚建立起来的新婚家庭时期。

(3)家庭发展阶段。此阶段即由青年夫妇到中年夫妇，由无子女到有子女时期。

(4)家庭兴盛阶段。此阶段即夫妇进入壮年，子女长大成人的时期。

(5)家庭老化阶段。此阶段即夫妇处于老年，子女分居的时期。

上面我们把家庭寿命周期分为五个阶段，每个阶段都具有不同的消费与储蓄要求。家庭筹建阶段，储蓄倾向强烈，为建立家庭准备足够的货币存款；家庭初建阶段，由于刚刚建立家庭，许多必需的生活用品要添置，其消费欲望强烈，这一阶段的消费动机大于储蓄动机，但也会有一些储蓄存款；家庭发展阶段，这一阶段家庭有了子女，增加了家庭的经济负担，这时的储蓄心理相对淡化，储蓄额也不会太多，即使有一定的货币收入，也大多花在子女身上；家庭兴盛阶段，这时家庭负担轻，收入状况好，在这一阶段，家庭的储蓄动机逐渐强化，要为今后的生活着想，要

为子女长大后成家立业着想，可以说，这一阶段的储蓄是家庭寿命周期全过程中最多的，储蓄成为家庭的最经常、最合适的经济行为；家庭老化阶段，这个时期，夫妇相继退休，子女已成家分居，家庭收入显著下降，这时的家庭储蓄欲望强烈，主要是为了养老存款，但由于受收入的限制，储蓄存款日趋下降。以上家庭寿命周期的五个阶段的储蓄特点，只是对一般情况的讨论，但也有特别的情况，这里就不继续讨论了。

三、经济因素对储蓄行为的影响

如果说，储蓄的前提是经济的发展，那么，人们在研究储蓄心理和储蓄行为时，就必须注意到经济增长这一客观现实。

（一）经济发展增强了社会的储蓄意识

在经济落后，收入水平有限的情况下，人们只图吃饱穿暖，满足人的最基本的生存需要，很难有多少节余货币参加储蓄。但是，经济的发展，一方面为储蓄提供了物质条件，另一方面又增强了社会的储蓄意识，因为，经济的发展使劳动者的货币收入增加，生活水平提高，人们在满足了基本生活需要之后，对手中节余的货币便会有所考虑，如何保存，这样，社会的储蓄意识自然会浓厚起来。从另一个角度说，经济的发展，促进了金融业的发展，而金融业发展本身也会大大增强社会的金融意识。

（二）经济发展强化了储蓄心理

从心理学的角度看，经济稳定增长的一个显著作用，便是人心的稳定、社会的稳定，这种环境对诱发人们的储蓄行为将产生积极的影响。人们不会因货币贬值而恐惧，也不会因经济的不景气而增加即期消费行为，这就是经济发展带来的心理效应。

在通货膨胀时期，最主要的特征是物价上涨、货币贬值，人们普遍会感到存钱不如存物，因而储蓄的动机大大淡化，特别是在恶性通货膨胀的情况下，还会出现挤兑存款、抢购商品的风潮，这是银行最为忧虑的事情。

在经济萧条时期，人们的货币收入会随之下降，"勒紧裤带"储蓄的行为，没有必要的心理基础，人们会认为这是不现实的。当人们的货币收入下降后，首先要保证的是人们的必要生活开支，以维持基本的生活需要，而且在经济萧条时期，市场上也不可能有足够的商品供人们选购，即期消费成了人们主要的经济行为，储蓄则退到次要的位置。

（三）经济收入直接影响储蓄行为

一般说，高收入者储蓄水平必定高，低收入者储蓄水平必定低，而收入时间的不同，其储蓄行为也有许多区别。

1．现期收入。现期收入是指消费者在目前一定时期内所获得的收入。主要包括工资、奖金、借款等收入，也可能包括转化为货币的财产。在一般情况下，储蓄会随着现期收入的增加而增加，也会随着现期收入的减少而减少。当然，两者之间并非总是按同比例增加或减少的，而是随着收入不断增加，储蓄增长常常大于消费的增长，即边际储蓄递增规律，这是一个正常的心理法则。这是因为，劳动者在收入增长、基本生活的需要得到满足后，他会按一个不断增大的比例把收入中的一部分转化为储蓄，储蓄的增长比例逐步上升，并超过消费的增长比例。

2．过去收入。储蓄者的储蓄行为不仅受到现期收入的制约，而且还受到过去收入以及习惯心理的影响。如某个储蓄者过去收入较多，并在当时形成了一定的储蓄心理习惯，那么，这种习惯可能会保持下来，至少在一段时间内发挥作用，并对现期的储蓄行为产生影响。当然，由于现期收入减少，储蓄因此也会减少，

但由于习惯心理作用，他仍然会储蓄一些。假定某储蓄者过去每月储蓄 20 元，现在收入下降下，在能够维持基本生活的情况下，他不会不储蓄，而只是把储蓄额减少到每月 10 元，或更少些。

3. 预期收入。这是储蓄者对未来一定时期取得收入的心理估计。预期心理对储蓄行为也会产生影响。如果储蓄者预计在一年内，或以后几年，自己的货币收入可能减少，或不稳定，那么，他可能立即取消即期的部分消费，而增加储蓄，以保证未来的必需支出。反之，如果估计未来收入能稳定增加，那么，他当前的消费支出就可能超出现期收入，而减少原来的储蓄。

4. 意外收入。这里指事先估计不到而突然获得的收入。如得到一笔遗产，或别人的赠款，或中奖得到的收入等，都属于意外收入。人们在得到意外收入时，由于事先不知道，也未作使用计划，或心理的不安稳，而往往先存放到银行。

总之，经济的稳定发展，对于储蓄者来说，是使之对生活充满信心，感到安全的前提和基础。在信心、安全等心理因素影响下，储蓄者的消费目标一般不是现期的，因为在收入增长的同时，人的基本生活需要得到满足，不存在“消费不足”的条件，储蓄、选择、制定长远的消费目标则成为人们心理活动过程中的主题，这种心理活动支配的结果是增强储蓄欲望。所以说，经济发展是强化储蓄动机的重要因素。

四、政治因素对储蓄行为的影响

一个国家的政治形势对整个社会经济的稳定与否有着莫大影响，对于储蓄行为的影响同样是十分重要的。保持社会经济的稳定必须有一个安定团结的政治局面。政治形势的稳定给储户带来心理上的安全感，有利于激发储蓄行为的积极性；反之，国

家政治形势不安定，人们对国家政局和经济前途忧心忡忡，缺乏信心，必然给储蓄者带来恐惧和不安全感，甚至出现大量挤提存款、抢购保值财物的现象。例如，在我国3年自然灾害时期、大跃进和十年动乱期间，政治上的大动荡，使储蓄事业遭到了严重破坏，阻碍了储蓄存款的增长。因此，要稳定发展储蓄，诱导人们参加储蓄，既要有一个稳定的经济增长形势，而且还要有一个良好的政治环境。

如果说政治形势是储蓄行为的大背景，那国家的政策则直接影响着储蓄者行为。这里我们主要讨论储蓄政策与消费政策对储蓄者心理的影响。

应当看到，一个国家的储蓄消费政策对储蓄与消费的比例关系会产生直接的影响。储蓄与消费此消彼长。如果国家实行对储蓄鼓励、褒扬的政策，人们的心理必然会随之产生不断储蓄的欲望，强化储蓄行为；如果国家提倡“高消费”，刺激消费，那么，势必造成“消费热”的气候。日本的个人储蓄率水准之所以高于西方国家，这是因为日本政府对个人储蓄极为重视，采取了鼓励的储蓄政策，对储蓄实行了存款高息和免税等一系列措施，政府把个人储蓄正式纳入国家计划之中，并作为投资的一个重要组成部分。因此，在一系列政策的作用下，日本的储蓄率逐年上升，个人储蓄率居世界前列。以1972年为例，日本的储蓄率高达21%，而英国为5.7%，美国为6.4%，法国为12.2%，德国为15.1%。美国的人均收入并不低于日本，但由于政府实行鼓励高消费的政策，因此，在美国形成了一种高消费、低储蓄的社会风气。在我国，国家历来提倡人民积极储蓄，为国家建设积聚资金，再加上我国人民素有“勤俭持家”、“艰苦朴素”的美德，因此，我国人民参加储蓄的风气很盛行，而且由于我国经济的实际情况，也不宜提倡“高消费”的政策。

五、参考群体对储蓄行为的影响

(一)储蓄者的参考群体

作为社会的一个成员,在日常生活中,经常同家庭、工作单位、左邻右舍、社会团体中的他人发生各种各样的联系,受到他人的认知、情感等方面的影响。储蓄者也是这样,他的储蓄决策、储蓄意识总会直接或间接,正面或侧面地受到他人的影响,其中包括对储蓄的总评价,对银行服务、储蓄种类及利率的看法等。这些评价和看法既可能影响人们的储蓄决策,又会影响储蓄者参加 储蓄后的想法和情绪。别人的赞同会进一步强化他的储蓄欲望和动机,而不同的看法也可能使储蓄者感到后悔,淡化储蓄欲望。这种他人的影响就是我们这里所讨论的储蓄者参考群体的影响。

储蓄者的参考群体很多,按自然结构划分,有家庭、同事、同学、亲戚朋友、机关团体、左邻右舍等;按相关群体对储蓄行为的作用性质来划分,有准则群体、比较群体、否定群体等。除上述以外,参考群体还包括同一群众组织、社会团体中储蓄者经常接触的人等。也可能是他们间接接触的人,如领袖人物、电影明星、英雄模范、歌唱家、作家等,特别是这些人物中受到储蓄者尊敬和认同的那些人。总之,只要是能对储蓄者意识和行为产生影响的人,无论其影响的形式如何,都可看作是储蓄者的参考群体。

(二)参考群体与储蓄行为

在了解经常影响储蓄者的参考群体之后,有必要对参考群体对储蓄行为的影响作进一步分析。

金融心理学认为,参考群体对储蓄行为的影响,主要取决于

三个因素。

1. 储蓄者的个性特征。储蓄者个性的不同，参考群体对他们的影响也不同。自信心强、善于独立思考的储蓄者受到参考群体的影响较小，这种个性的储蓄者往往独立思考，相信自己的判断能力，而不被他人所左右。但是，依赖性强、缺乏主见的储蓄者，则人云亦云，跟着别人做，这种性格的储蓄者容易受参考群体的较深影响。

2. 储蓄者对参考群体的信任程度。储蓄者对参考群体比较信任、崇拜，那么，群体对储蓄者的影响就大，否则就会失去其影响力。

3. 储蓄者对储蓄的认识程度。参考群体影响大小不仅因人、因关系而异，同时还受到储蓄者对储蓄认识程度深浅的影响。如果储蓄者是一位参加储蓄多年、对储蓄认识深刻的老储户，他对储蓄意义、储蓄种类、银行服务了解较深，有较深的实践体会，那么，他受到参考群体的影响相对就小，相反，如果储蓄者对储蓄缺乏了解，没有实践经验，是一位刚参加储蓄的新储户，或者老储户准备参加新的储蓄种类，那么，在这种情况下，储蓄者就很有可能去听信别人的意见，其参考群体的影响也就大。

参考群体对储蓄者行为产生的影响，具体说有以下几方面。

第一、影响储蓄者对储蓄的认识。储蓄的有关资料，在储蓄者未了解或行动之前，就已被参考群体作了某种程度的修正，这种修正往往带有参考群体自己的看法、情感成分，因而影响储蓄者对储蓄的认识。

第二，影响储蓄者储蓄动机层次。究竟把储蓄放到需要的那一层次？是先消费后储蓄，还是先储蓄后消费；是长期储蓄，还是短期储蓄；储蓄目的是什么。这些问题，参考群体都会有影响。

第三，影响储蓄行为的选择。有些储蓄者缺乏储蓄存款的经

验，不能确定某一储蓄能否满足需要，也不了解哪个储蓄所的服务手段好，在这种情况下，参考群体的影响往往要超过银行储蓄宣传的作用。

第四，团体压力。储蓄者往往隶属于某一团体成员。人们是否参加储蓄，参加哪一种类储蓄，往往会受到团体的压力影响。例如，某一机关部门的多数成员都参加了集体零整储蓄，这时在团体舆论压力下，其他少数成员也会从众参加。

应当指出的是，在商品经济不发达、传统意识比较浓厚，以及由于政治的、制度的、个人因素等情况的存在，储蓄者之间往往相互保密，不愿公开谈论私人财产。这种情况下，参考群体的影响就要受到一定程度的限制，这一点是必须注意的。

(三)参考群体影响储蓄行为的心理依据

1. 从众。从众是指在群体的压力影响下，个人改变自己的态度和看法而产生和群体一致的行为，在储蓄活动中，这种“随大流”、“跟着做”的现象是常见的，如参加挤兑存款、购买有奖储蓄券等。

2. 模仿。这是指个人受非控制的社会刺激所引起的一种行为。这种行为以自觉或不自觉地摹拟他人行为为其特征。通过模仿，使某一范围的人们表现出相似的行为。

有段时间摸奖储蓄盛行，许多人看到别人都参加摸奖，因而自己也学着别人样去摸奖，其中，模仿起到了一定影响作用。

3. 感染。这是指个人的情绪反应受到他人或群体的影响。即个体对他人或群体的某种心理状态的无意识的、不自主的遵从。举个明显的例子，国家号召全民参加爱国储蓄，支援四化建设，当职工看到许多英雄人物、单位领导者都参加时，自己也会以英雄和领导者为榜样，积极参加爱国储蓄。

4. 认同。这是指一种感情的移入过程，使自己被别人同化或

别人被自己同化。这种过程的影响，可能是有意识的，也可能是无意识的。1988年夏天，社会上许多人认为储蓄不能保值，存钱不如存物，这种看法使其他一些人产生同感，并自觉或不自觉地加入挤兑存款、抢购商品的行列。这就是认同作用的结果。

第四节　金融环境与储蓄行为

对银行来说，讨论和分析环境因素对储蓄行为的影响，目的就是要在此基础上改善环境，为储蓄发展创造一个良好的环境。这一节中我们讨论金融环境与储蓄行为的关系，重点是研究储蓄政策、储蓄种类设计、以及储蓄服务中的心理问题，为正确引导储蓄者行为、改善金融环境、促进储蓄事业发展提供科学依据。

一、储蓄政策原则制定中的心理学思考

储蓄政策，既是开展储蓄工作的行为准则，又是引导储蓄者参加储蓄的强大动力。储蓄原则是储蓄政策的具体化。我国历来对储蓄实行保护和鼓励的政策。1982年第五届人大会议通过的新宪法第十三条规定：

"国家保护公民的合法收入、储蓄、房屋和其他合法财产的所有权。"

在这一储蓄政策指导下，银行制定了储蓄存款原则：

"存款自愿，取款自由，存款有息，为储户保密。"

实践证明，我国的储蓄政策和储蓄原则，不仅符合客观经济

规律的要求，符合储蓄者的实际需要，同时，还体现了对储蓄者在心理学上的考虑。

（一）安全性心理

人们将货币存入银行是否有安全的心理感知，主要表现在：一是要求存款所有权和使用权得到国家政策法律的真正保护；二是要求存款不被冒领，保障存款不受损失；三是要求国家政治安定，经济生活稳定发展；四是货币放在家中，担心有被丢失和被盗的可能。人们出于这四种因素的考虑，必然要寻求一个安全的保存货币的所在。

我国储蓄政策的制定，首先考虑到人们的这一心理需要。国家通过法律保护公民的储蓄所有权和使用权，这就从根本上消除了人们储蓄的不安全心理，有助于激励人们把暂时不用的货币收入存入银行。把钱存到银行比较安全，这是大多数储蓄者储蓄行为的初始动机。

（二）自尊性心理

美国心理学家A·H·马斯洛的“需要层次论”认为，人都有希望得到别人尊重的需要。储蓄是储蓄者暂时让渡货币使用权的一种信用活动，这种暂时让渡，完全是一种自愿行为。也就是说，人们是否参加储蓄，都希望能得到银行的尊重。因此，银行在储蓄原则中规定“存款自愿”，即储蓄者存与不存自愿，存多存少自愿，存哪种储蓄自愿，存到哪个储蓄机构自愿。在储蓄者看来，银行的这一储蓄原则是对储蓄者尊重的体现。这样，他得到了一种心理上被尊重的满足，他的储蓄动机，也往往由此得到强化。

（三）方便性心理

储蓄是暂时的，支取是必然的。支取储蓄，是为了储蓄者的某种需要。储蓄者在存款前多数会有这样一种心理：我要用钱时

方便吗?为了消除储蓄者的这种顾虑,储蓄原则中规定了:“取款自由。”从心理学来说,这一原则能够满足储蓄者用款方便的心理需要。储蓄者什么时候提取存款,取多少,做什么用,银行既不得干涉,同时还应提供更多便利。储蓄的这种方便性,使储蓄者感到把钱存到银行与存放到家里差不多。这种方便性心理也容易诱发人们的储蓄动机,使人愿意把手中的节余货币收入存到银行。

(四)收益性心理

人们的货币收入,是全部用于消费,还是储蓄一部分?消费剩余的货币收入存入银行是否合算?这些,人们都会有所考虑,有所选择。为了鼓励、诱发人们储蓄,给储蓄者支付一定的放弃现期消费或灵活偏好的报酬,银行在储蓄原则中规定了“存款有息”。这就是说,储蓄者参加各种储蓄,都能够按规定的利率取得一定的利息收入,使存款增殖,这既是储蓄者应获得的合理报酬和物质鼓励,也是引发储蓄行为的动机之一,“存款有息”原则,就是为了满足人们这种心理需要而制定的。

(五)保密性心理

由于受政治的、社会的、以及传统思想的影响,人们多数不愿公开自己的储蓄存款,而希望它成为自己生活中的一个秘密。储蓄者的储蓄行为在一定程度上也会受到银行保密条件的制约。就是说,储蓄者在储蓄时还具有保密性心理。特别是对于粘液质和抑郁质性格的储蓄者来说,这种要求更为强烈。因此,银行在储蓄原则中特别规定:“为储户保密”。

综上所述,储蓄是一种银行信用,是储蓄者内在心理活动与外在客观环境作用的结果。银行鼓励和引导储蓄行为,必须建立在对储蓄心理了解的基础上,制定和坚持反映储蓄者心理活动要求的政策。特别是在经济日益发展,人的心理活动非常丰富的

今天，这项工作更显得尤为重要。

二、利率对储蓄者的心理反馈

利率是国家掌握的重要经济杠杆之一，它在金融经济中的作用毋庸置疑。广大人民群众参加储蓄，既是勤俭节约美德的反映和有计划安排生活的需要，同时，还有一个重要的存款动机，就是为了获取利息收入。银行通过调整储蓄利率，不断调动储蓄者的积极性，吸引更多的人关心和参加储蓄，为经济建设筹集资金。关于储蓄利息的存在和作用问题，是金融学研究的一个重要内容。我们这里所要探讨的是在储蓄行为中，储蓄者对储蓄利率的心理反馈。简单说，储蓄者对利率的心理反馈有四种。

（一）收益性

即我们前面所说的收益性心理的表现，利息正是利用储蓄者的这一心理，诱导储蓄者，把手中的节余货币存到银行。这是储蓄者对利率普遍的心理反馈。

（二）同步性

是否可以这样说，面对不同层次的利息率，储蓄者的储蓄行为会随着利率的不断提高而不断强化。利率越高，表明获得的收益性越大，那么，人们自然愿意增加储蓄。这一心理反馈，从某一个储蓄者来说，反映并不明显，但从储蓄者群体来看，这种反馈则是十分明显的。

（三）选择性

利率的存在和变化，常常会打乱人们原订的货币使用安排，或多储蓄、或多消费，根据利率变化等情况，在消费与储蓄之间进行比较选择。利息作为一种收益，无疑会加重劳动者的储蓄砝码。同时，由于利息率有档次之分，他也会根据自身的条件，尽量

选择那些能获得较高收益的储蓄种类。这样，他的储蓄行为无形中被强化，这就是储蓄者对利率选择性心理反馈的结果。

（四）补偿性

储蓄因为有了利息，才显得富有魅力。对于储蓄者来说，它是对减少即期消费的物质补偿，这种补偿使储蓄者感到心理平衡、愉快，即使在物价波动的时候，只要实际利率不致于出现负数，储蓄者仍会感到安慰。金融心理学认为，储蓄利率的这种补偿性心理反馈，对诱导储蓄者的储蓄行为起到重要作用。首先是对储蓄者进行心理补偿后才发挥效应的，因为储蓄者在利息面前，最先取得的是心理上的补偿感，然后才有物质上的补偿感，储蓄者先存款、后取息。利率的这种心理反馈的结果，无疑强化了储蓄者的储蓄行为。

人们对利率的心理活动是十分复杂的，它是调节人的金融行为的一根重要“神经”。关于利率的心理问题，我们在第六章中还要专门进行讨论。

三、设计储蓄种类的心理对策

设计储蓄种类，是为了满足储蓄者的不同需要和广泛地组织信贷资金所必须采取的业务措施。设计不同的储蓄种类，可以达到以下目的。

（一）通过设计和应用不同的储蓄种类，可以更好地与人们的消费结构和货币节余水平相适应，有利于人们把暂时闲置的消费基金转化为储蓄存款。

（二）适用、方便和具有吸引力的储蓄种类，有利于刺激储蓄者的储蓄欲望，强化储蓄动机。

（三）不同的储蓄种类，存款期限有长有短，有利于人们有计

划地安排生活和使用储蓄存款。

储蓄服务的对象是储蓄者。储蓄种类设计，应以满足储蓄者的需要为前提。储蓄者的需要是多种多样的。设计适合储蓄者需要的储蓄种类必须从现实出发，通过对储蓄者心理状态的分析，找出对储蓄者具有吸引力的储蓄种类来。

日本很重视对储蓄者心理的研究，根据储蓄者的不同需要、年龄、个性等来设计储蓄种类。日本储蓄的种类多、适应性强，也是日本高储蓄率的重要原因之一。例如，为了适应个人积蓄财产需要的，有财产形成储蓄、定期存款等；为与个人生活周转金相对应，开办了支付命令书存款帐户；作为防老用款，有各种年金储蓄和人身保险等；如果个人所持有的钱想通过运用带来更多钱的话，有各种信托服务提供。此外，日本还注重以“人”为对象设计储蓄种类。如，爱育储蓄，它是由邮政局开办，以 1 岁以下的乳儿为对象的储蓄业务种类。开办此项业务种类，目的是为了积存养育幼儿所需费用。存期为五年，每年分次存入一定的金额，五年内只提取利息，到期提取本金。进学积存存款，它也是邮政部门开办的一种邮政储蓄业务种类。它以积累进学资金（入学金、讲课费、学杂费等）为目的，每月存入一定金额，存期 1 至 3 年，存款期满后，通过邮政省的斡旋，可以从国民金融公库得到与存款同额的贷款。这种存款的对象是预定要进入高中、高等专科、大学学习的人。自动存款方式，它是以靠工资生活的人为服务对象而设计的一种储蓄种类。存款人只需事先与金融机构订好合同，就能自动地把要储蓄的部分从工资中扣除。这样就自然而然地使人们养成节约的习惯。正是由于日本注重储蓄者心理研究，在设计储蓄种类方面，颇有成效，从而大大促进了日本储蓄事业的发展。

我国建国以来，开办了各种灵活多样的储蓄项目，丰富的储

蓄种类基本上满足了不同收入层次的储蓄者的需要。在建国初期，由于国民党遗留下来的通货膨胀经济的影响，物价上涨、货币贬值，群众对储蓄产生疑虑，认为存钱不如存物，于是把手中的货币用来购买商品而不愿储蓄。针对这种心理，中国人民银行适时开办了折实储蓄，保本保值储蓄等，很受群众欢迎，大量的闲散资金被吸收到银行里来。1988年，国家针对物价上涨，群众挤提存款、抢购商品的行为，在第四季度实行了保值储蓄，及时扭转了储蓄存款滑坡的局势。目前，我国储蓄种类档次多、内容丰富、比较适应储蓄者的各种心理需要。在过去开办活期和定期两种储蓄的基础上，相继开办了定活两便、存本取息、零存整取储蓄，有许多银行还开办了有奖储蓄、建房储蓄、工资转存储蓄、活期支票储蓄、旅行支票储蓄、保值储蓄等，既满足了储蓄者各种不同的储蓄需要，又大大促进了储蓄事业的发展。1989年末，全国城乡储蓄余额已达5000亿元，人均储蓄400多元。

综上所述，加强对储蓄心理需要的研究，把储蓄者心理与储蓄种类设计结合起来，既有利于促进储蓄事业的发展，为社会主义经济建设筹集更多的资金，又有助于设计出适合储蓄者心理需要、受群众欢迎的储蓄种类。根据储蓄者的心态，在设计储蓄种类中应考虑下面几种对策。

（一）一般储蓄者的心理与储蓄种类设计对策

这里所说一般储蓄者，是指那些以工资为主要收入来源、生活水平中等的储蓄者。在储蓄者中，他们所占比重最大，他们的心理反应对储蓄的变化发展有极大的影响。在我国，大多数职工干部（包括离退休人员）具有固定的工资性收入，有一定的储蓄能力。他们由于受工资性收入时间因素的影响，在货币行为上表现为消费与储蓄并存；在消费心理上表现为节制性和发展性；在储蓄心理上表现为消费性和经常性，因此，“储蓄—消费—储蓄”

的模式将会周期性出现。一般储蓄者对储蓄种类的选择，除了受货币收入因素影响外，还受到职业、年龄、存款用途及心理状况的影响，这些，在储蓄种类设计中都是应当考虑的。

1. 根据收入特点设计储蓄种类。一般的储蓄者收入水平不是很高，但能有计划地安排和改善生活，小额节余，积零为整。根据这个特点，可设计零存整取储蓄；多数的储蓄者往往有钱就存，陆续零星支用，可设计活期储蓄种类，做到随时存取，灵活方便；有些储蓄者在一定时期内节余较多和较长时期不用，可设计整存整取定期储蓄，等等。

2. 根据存款用途设计储蓄种类。储蓄的目的是为了使用，但怎样使用不尽相同。有些储蓄者储蓄是为了买房、建房，为了满足他们这种需要，可设计住房储蓄；有的储蓄者储蓄是为了获得利息，根据储蓄者的这种求利心理，可设计存本取息储蓄。

3. 根据储蓄对象设计储蓄种类。储蓄者的年龄、职业不同，他们的储蓄心理需要也往往不同，因而，储蓄种类要尽可能地满足各种储蓄对象的需要，如以幼儿为对象的爱育储蓄；以学生为对象的学生储蓄；以老年为对象的防老金储蓄；以青年人为对象的结婚储蓄等。

4. 根据储蓄者方便心理设计储蓄种类。储蓄存取方便，这是多数储蓄者的愿望，在储蓄种类设计时不可忽视。如，根据储蓄者出差旅行方便的需要，设计旅行支票；根据储蓄者存取款便利的需要，设计定活两便储蓄、工资转存储蓄、通存通兑储蓄等。

5. 根据储蓄者安全心理设计储蓄种类。保证储蓄安全是储蓄工作的一项基本原则，但是有些储蓄者对储蓄安全仍有种种特殊要求，根据他们的这种心理，可设计预留印鉴储蓄或无记名储蓄种类，以及电脑密码储蓄等。在物价不稳定时期，储蓄者会担心存款贬值，银行可开办保值储蓄、折实储蓄，以消除储蓄者

的忧虑。

(二)高收入者的心理与储蓄种类设计对策

高收入者是相对于一般储蓄者而言的。在我国,目前的高收入者主要有企业承包人、中外合资企业人员、高级干部、高级科技人员、教授、名作家、名演员等(高收入的个体劳动者在下一问题中讨论)。高收入者在我国人口中,并不占很大的比重,但他们的货币收入高,节余货币多,而且随着经济体制改革深入发展,高收入者范围将会不断扩大,是储蓄来源的一个重要部分。设计储蓄种类应充分考虑到这部分人的心理需要。

一般说,高收入者的消费水平较高,他们所需要的家庭耐用消费品已基本达到饱和程度,因而,消费行为要求向高层次发展。他们手中节余货币较多,但他们储蓄不是为了一般的消费目的,而具有更高层次的需要,政治性动机、精神性动机以及获取尊重和追求自我实现需要是他们进行储蓄的主要内驱动力和心理基础。根据高收入者的心理特征,可以设计一些特种储蓄并提供相应的服务。一般情况下,企业家、名作家、名演员、教授等高收入者工作忙、时间紧,无暇到储蓄所存取款,根据这一特点,应主动开展上门揽储服务,尽可能地为他们提供储蓄方便,可开办电话预约储蓄、活期支票储蓄等。在我国,经常有科学家、企业家、文学家、知名人士将大额的存款捐赠给学校、科研单位、慈善机构等,他们的储蓄动机是出于爱国热忱和精神上的满足。作为银行储蓄部门,应当注意他们的这种心理需要,有针对性地开办一些特种储蓄。如开办以捐款者姓名为户名的科学发明基金存款、优秀文艺作品奖励基金存款、残疾人基金存款以及高级知识分子储蓄、老干部储蓄,等等。开办特种储蓄,既提供了一般性储蓄服务,同时还满足了这部分储蓄者在政治上、精神上的心理需要。

(三)个体劳动者的心理与储蓄种类设计对策

随着改革开放政策的不断深化，各种形式的个体生产经营者日益增多，他们为搞活市场、繁荣经济起到了重要作用。在个体劳动者中，多数人由于生产经营得当，货币收入颇为可观，是储蓄种类设计中不可忽视的部分。

一般说来，由于个体劳动者经济的相对独立性，生产与生活的联系性和不稳定性，他们参加储蓄主要有以下四种心理需要。

1. 经营的需要。个体劳动者的储蓄活动，除了具有一般储蓄者的消费动机外，还要保证其自身生产经营活动正常进行的需要。储蓄是个体劳动者维持生产经营活动不可缺少的因素。个体劳动者为了维持和扩大生产经营，就必须积蓄一定的资金，并愿意在银行储蓄帐户中保持一定数量的存款，作为支付生产经营开支之用。根据个体劳动者的这一心理需要，银行可设计支票存取款储蓄、存贷结合储蓄，办理结算业务，为他们提供多功能的金融服务。

2. 预防的需要。在现时条件下，个体劳动者缺少一些必要的社会劳动保护，生产和生活具有较大的不稳定性，他们为之而忧虑，因而，他们总想多积蓄一些存款，以应付未来停业、疾病、工伤事故和其他不确定损失之用。个体劳动者愿意保持一定数额的储蓄存款作为预防的需要，这与他们的谨慎态度有关，越是谨慎的人，他的这种预防需要越迫切。根据个体劳动者的这种心态，可考虑开办存本取息存款、保险基金存款等储蓄业务，这对于多数个体劳动者来说将具有较大的吸引力。

3. 自尊的需要。个体劳动者在追求经营利润的同时，还有自尊的需要，希望别人和社会看得起他们，能够受到别人的尊重、信赖和高度评价。表现在货币行为上，如为家乡办学捐款，为慈善事业捐款等。根据个体劳动者的这种心理需要，可设计各种专

项基金储蓄，以满足他们的自尊心理的需要。

（四）流动性人员的心理与储蓄种类设计对策

流动性人员主要有地质勘探人员、军人、建筑施工人员以及驻外地机构人员等。在我国，流动性人员占有一定的比例，由于其工作性质的特殊，他们的货币收入比较高，节余货币也较多，但是，由于没有长久驻地，此地存款，转到外地不便，因而限制了他们参加定期储蓄、长期储蓄的积极性。针对他们的这种心理要求，银行可以设计可转移储蓄业务，在甲地的储蓄存款，转到乙地后可续存；也可开办全国范围内都适用的定期储蓄业务。

以上我们对四种储蓄者心理及储蓄种类设计对策进行了简要分析。除此以外，对于其他特殊的情况及需要也要重视研究，并努力开发新种类为之服务。如华侨、华裔等外汇储蓄，在商品紧俏情况下的高档消费品储蓄，以及黄金首饰有奖储蓄等都要重视利用。

总之，我们在储蓄种类设计中，要善于从不同层次、不同角度分析，抓住储蓄者心理，要积极搜集储蓄信息，如货币持有者的持币情况、储蓄意向、储蓄习惯、储蓄者服务评价等。这些情况及储蓄者的要求对于设计适合储蓄者心理需要的储蓄种类都是十分重要的。

四、储蓄服务与储蓄者心理

据一次储源调查，当问及为什么手持节余货币不愿存款时，有22%的人认为银行服务不满意。这一现实，说明储蓄者到银行不仅是为了存款，同时还要获得良好服务，如储蓄员热情的服务态度、令人放心的服务质量、快捷的存取款速度和优美的环境等。当储蓄者一旦对储蓄所和储蓄员服务形成良好的感觉，便会

对储蓄者产生强大的吸引力，强化其储蓄行为，并出现习惯性的惠顾心理。反之，遇上让人失望的接待，或有过不愉快的经历，则会留下恶劣的心理印象，而不愿登门光顾，甚至对储蓄这一活动产生错觉，宁可把钱放在家中也不愿到银行存款受气。

服务又称劳动，它是为满足人们的某种需要而提供的劳动行为。储蓄服务则主要是通过办理存取款业务等来满足储蓄者需要的一种劳动。银行吸收储蓄存款，应当重视储蓄者对储蓄服务方面的需要，特别是心理上的需要，讲究服务艺术，提高服务水平，这项工作对于增加储蓄存款具有非常重要的意义。

(一)储蓄员仪表与储蓄者心理

仪表即人的外表，一般包括容貌、服饰、姿态和举止。然而，仪表并非仅仅是人的外壳，它实际是人的心理状态的自然流露，与人的思想修养、道德品质、个性特征密切相联。在储蓄工作中，储蓄员处于业务第一线，置于储蓄者的视野之中，储蓄者对银行的服务态度、服务质量，以及信任感的判断和评价，往往是从感觉其仪表开始的，特别是初次到银行储蓄的人，储蓄员的仪表更是一个重要的吸引因素，通常称为第一印象，或首次效应。储蓄员整洁美观的仪容、明朗良好的风度，以及热情周到为储蓄者服务的情感，既表现了个人的精神风貌，给储蓄者以良好、深刻的印象，也反映了金融工作者的精神和新貌，对唤起人们的储蓄意识起到潜移默化的积极作用。因此，储蓄员的仪表犹如储蓄所的“门面”，它给储蓄者的视觉印象，直接影响到储蓄者在储蓄活动中的心理变化和对储蓄所的综合印象，影响到储蓄所的吸储能力。

(二)储蓄员仪表的心理要求

在储蓄工作中，对于储蓄员仪表的要求虽然各有不同，但必须注意符合现阶段人们对仪表美的大体一致的标准，体现金融

工作的特点,适应储蓄者对储蓄活动的一般心理要求,使储蓄者仪表给消费者以良好的心理感觉,由此引发积极的储蓄情绪,强化储蓄动机,取得理想的影响效果。从储蓄工作的要求来说,储蓄者的仪表应着重达到以下心理效果。

1. 体态容貌能给储蓄者以健康、精神的感觉。人的健美的体态容貌,包括体格健康、清洁卫生、精神饱满等。储蓄员健美的体态容貌,对储蓄者有一定的影响力。如,精神饱满、身体健康、整齐清洁的储蓄员,往往给储蓄者以愉快、卫生的感觉,从而乐意与之接触,并愉快地在此储蓄。反之,如果储蓄员萎靡不振、蓬首垢面,则难以给储蓄者留下良好的印象,从而使储蓄者望而止步。据报载,有一储蓄所,几位青年储蓄员梳怪发型、留长胡须、体态不伦不类,使众多的储蓄者望而生厌、望而生畏,感到把钱存在这样的青年手里不放心。结果,这个储蓄所的存款额大减。

良好的体态容貌,固然与先天的身体条件有关,但更主要的是通过锻炼和修饰而获得的。储蓄员一方面要注意体育锻炼;另一方面要注意容貌修饰,劳逸结合,使自己的体态容貌更适合我国国情,符合民族习惯,体现高尚的生活情趣和新时代的精神面貌,努力给储蓄者以朴素自然、健康向上、精神焕发的美感。

2. 服饰穿着能给储蓄者以安定、端庄的感觉。在储蓄服务工作中,储蓄员的服饰穿着一般要求整洁合体、端庄大方,并能与特定的营业环境相和谐,与接待顾客的需要相适应,给储蓄者一个清新明快、朴素稳重、信赖安定的视觉印象。储蓄员舒适端庄的服饰衣着,对储蓄者的储蓄行为具有积极的影响,它可以使储蓄者联想到储蓄所的信誉和尊重储蓄者的服务精神;联想到储蓄员的诚实、踏实的工作作风;联想到存款的安全等,从而产生不同程度的信任感。反过来,如果储蓄员的服饰衣着给储蓄者不良的、甚至反感的视觉印象,则会对储蓄所、储蓄员,对储蓄心理

和储蓄行为带来不好的影响，抑制储蓄者的储蓄心理，甚至有损储蓄所的声誉。

3. 举止言谈能给储蓄者以亲切、信赖的感觉。举止言谈，主要指人在生活中表现出来的行为、动作、姿态、谈话、用语等方面。一般说，举止言谈更能体现人的性格与心灵，反映人的文明程度和心理活动，是心理的窗口。在储蓄服务工作中，储蓄员所表露的行为言谈是储蓄者比较注意的，是他们评价储蓄员的服务态度和储蓄所工作好坏的一个重要标准。储蓄员不同的举止言谈会带给储蓄者不同的心理感觉，在很大程度上影响储蓄者的积极性。储蓄者文明的举止、礼貌亲切的言谈，如大方文雅、热情庄重、谈吐清晰、富有感染力和说服力，尊重储蓄者，则会使储蓄者触发内心深处的好感，倍感亲切，心情舒畅，乐意储蓄，不断强化储蓄者的存款欲愿；但是，储蓄员 如果行为粗野、漫不经心、言谈鄙俗、脏话连篇，则会引起储蓄者的不良感觉，使储蓄者产生反感，由此减弱储蓄的兴趣与欲望，影响增加存款、影响储蓄所的声誉。

上述对储蓄员仪表的三个一般心理要求是紧密相联的，只有在三方面的和谐统一，才能相得益彰，构成文明、健康的仪表。但是，在现实的储蓄服务工作中，储蓄员的仪表还要考虑地区习俗、季节气候、周围环境和储蓄者群体的特点。比如，设在工厂的储蓄所，其储蓄员的仪表要与工人的心理要求协调起来，这样才能获得更好的影响效果。同时，还必须明确：在储蓄工作中，储蓄员的仪表只是给储蓄者视觉印象的形式感，要真正地、长久地获得储蓄者的信赖和爱戴，还必须在提高储蓄员的心理素质上下功夫，给储蓄者以高质量、高水平的心理感受。

(三)服务质量与储蓄心理

如果说，储蓄员的仪表给储蓄者心理以外在的初步的表象，

那么，储蓄服务质量则给储蓄者留下根本的深刻的体验。服务质量是储蓄工作的一个重要内容，主要包括服务态度、工作效率、服务艺术等。服务质量的好坏，对储蓄者心理影响极大，服务质量好，能给储蓄者一种文明、安全、信任、热情的感觉，有利于强化储蓄者的储蓄行为，促进增加储蓄存款；如果服务态度差，则会使储蓄者产生种种消极心理，同时，国家的储蓄政策原则、银行信誉，也在一定程度上通过服务质量反映出来。储蓄员的服务质量主要取决于个性修养、职业道德、业务能力等素质状况。根据储蓄工作实践，提高服务质量，满足储蓄者心理需要，要认真做好以下几点。

1. 接待储蓄者要热心。储蓄服务，实际上是处理人与人之间的相互关系。储蓄者是储蓄服务的对象，是“帝王”。对待储蓄者要以礼相待，热情服务。语言表达要和蔼诚恳，使储蓄者感到温暖和亲近；服务态度要和气诚恳，贯穿于整个接待储蓄者的过程中，使储蓄者感到受人尊重，感到双方友好；要文明礼貌地接待储蓄者，使储蓄者感到放心可信。

2. 办理业务要专心。为了维护储蓄者利益和保证银行资金安全，要以高度负责的态度，严格按照规章制度专心致志地办好每一笔业务，保证核算质量，防止差错事故。业务操作时，动作要敏捷连贯，有章法，有条理，使储蓄者从内心感到满意。

3. 解答问题要耐心。咨询是储蓄服务的一项重要内容，储蓄员要热情主动地向储蓄者宣传国家的储蓄政策原则和储蓄业务知识，尽可能地满足储蓄者的不同心理需要。对储蓄者提出的问题应耐心听取，有问必答，百问不厌，对他们所表现出来的忧虑，要根据储蓄政策原则主动做好宣传解释工作。

4. 为储蓄者服务要留心。在储蓄者中，由于心理需要不同，性格特征不同，情况环境不同，他们提出的服务要求也不同。储

蓄员在接待储蓄者过程中要留心观察，区别对待。对急于取款办事的储蓄者要迅速办理；对严于保密的存款，问话要小声谨慎；对身体残疾的储蓄者要给予照顾尊重；对申请挂失的储蓄者要安慰解忧；对初次存款的储蓄者要主动导储，当好参谋。

五、储蓄员的素质修养

根据储蓄工作的特点和要求，储蓄员的素质主要包括储蓄员的品质修养、知识水平、业务能力、服务意识和个人气质性格等，这是狭义上的概念。储蓄员的素质水平对储蓄工作会产生直接的影响。

（一）品质修养

这是一名储蓄员所必须具备的最基本的条件。它主要包括一个人的政治表现、服务意识、工作作风和组织纪律等内容。

1. 政治表现。作为一名储蓄员，虽说他从事具体的服务工作，但他的这一具体工作无不体现着党和国家的路线、方针和政策。因此，一名合格的储蓄员必须对党和国家的各项路线、方针、政策坚信不移、认真学习、全面理解、坚决执行，要具有一定的政策观念，通过储蓄服务工作把党和国家的政策，特别是金融经济政策贯彻于储蓄工作之中，传递给广大的储蓄者。

2. 服务意识。一名合格的储蓄员首先应充分认识到储蓄服务的重要意义，摆正个人与储蓄者的关系，树立全心全意为储蓄者服务的观念；其次，应该为人正直、诚恳、富有自我牺牲精神，具有良好的职业道德，有责任感，对储蓄者负责，做到“储户第一”、“客户至上”；再次，热爱本职工作，在事业上勇于进取，不断提高服务水平。

3. 工作作风。储蓄者每天面对成百上千的储蓄者，在为他们

提供服务时，应该有吃苦耐劳、尽心尽职的工作作风，对待储蓄者要有谦虚、和蔼的态度，自觉地接受储蓄者的批评监督，密切同储蓄者的关系。

4. 组织纪律。银行储蓄工作是一项服务性很强的经济工作，作为一名储蓄员，在工作中应严守工作纪律，遵守各项制度，牢固树立服务观念，杜绝一切影响服务质量的事故发生。

（二）知识水平

储蓄工作涉及的知识较广泛。作为一名称职的储蓄员，如果没有丰富的知识，是很难胜任的。从某种意义上说，储蓄员应该是一位经济学家、金融学家、心理学家、社会学家。具体说，储蓄员应重点掌握基本经济理论知识、金融理论知识、人文科学知识等。

（三）业务能力

储蓄员的业务能力是指胜任储蓄工作的心理特征。这是一名储蓄员应具备的一个基本条件。它主要包括如下几点：

1. 熟练的操作技能。操作能力是储蓄员应具备的基本能力。它要求储蓄员在为储蓄者提供服务时，操作迅速、准确，工作效率高，服务质量佳，而且对待储蓄者要热情，只有这样，才能赢得储蓄者的称赞，才能对储蓄者的储蓄行为进行有效的正诱导。

2. 超脱的自控能力。自控能力是指个体对自己的行为和情绪的控制和调节。超脱的自控能力就是要求储蓄员在为储蓄者服务时，能够自觉地、灵活地控制自己的情绪，约束自己的语言和动作。由于储蓄者的心理素质不等，反映出来的性格各异。因此，储蓄员在储蓄服务中随时会遇到来自储蓄者的许多意想不到的难题，出现如挑剔、刁难、挖苦等行为，储蓄员在这时就应该超脱、冷静，善于克制自己，控制自己消极情绪的发展，尽心尽职地为储蓄者提供优质服务，避免发生一些不该出现的服务事故。

自我控制能力不仅表现在约束个人感情,使之服从于理智,还表现在使个体克服困难和工作的持久等方面,使自已能在单调而辛苦的工作环境里,时时保持旺盛的热情,以便更好地做好各项服务工作。

3. 宣传鼓动能力。宣传鼓动能力,主要是指储蓄员在为储蓄者服务时,积极主动地担负起柜面宣传工作,鼓动储蓄者的储蓄积极性,从而诱导储蓄者的储蓄行为的能力。在进行储蓄宣传鼓动时,要求储蓄员具有良好的口头表达能力,言谈条理清楚,生动简练,感染力强,善于控制储蓄者的情绪,这样,才能调动储蓄者的积极性,引导储蓄者的储蓄行为。

4. 语言表达能力。储蓄员在激发和鼓动储蓄者的储蓄热情时,需要其具有良好的语言表达能力,而且为储蓄者提供良好的服务也需要良好的语言表达能力。语言表达能力对储蓄员来说是一个重要的素质之一。俗话说,"良言一句三冬暖,恶语伤人六月寒",就充分说明了语言对储蓄者心理的作用。良好的语言表达能力的基本要求是用语准确、逻辑性强、生动简练、语气柔和、音量适当。储蓄员在表达语言的同时,还应当伴以相应的表情和姿势,特别要配以眼神的恰当运用,以取得最佳的表达效果。

5. 敏锐的观察能力和灵活的反应能力。储蓄员应当通过对储蓄者的语言、举止、表情的观察来研究储蓄者的心理,善于"察颜观色",并迅速做出相应的反应,使储蓄服务工作能够有的放矢、积极主动。一名合格的储蓄员必须在长期的实践活动中重视培养这两种能力。

6. 社会活动能力。作为储蓄员,特别是储蓄外勤人员,没有一定的社会活动能力是难以做好工作的。它要求储蓄员在工作中,善于交际、适应能力强,能与社会各阶层建立一定的联系,与人相处随和大方、亲切自然,了解他们的储蓄心理和储蓄行为,

并采取相应的措施进行引导，对他们提出的合理要求，尽可能地给予满足。调动社会各阶层人员参加储蓄，是储蓄员应尽的职责。

（四）气质

气质是一个人在他的心理活动和外部动作中所表现出来的一种稳定的心理特征。它通常是指一个人的脾气和性情。一般认为气质较多地受个体生理组织特点的制约，比其它的心理特点更具有天然的、稳定的性质。根据巴甫洛夫关于高级神经活动的学说和对储蓄工作的观察，储蓄员的气质及与此相适应的行为，可以划分为如下类型。

1. 兴奋型。这种类型的储蓄员的神经素质反应较强，但不平衡，容易兴奋，难于抑制，在储蓄服务中直率热情、操作迅速、工作效率高，但服务质量注意不够，抑制能力差，容易与储户发生矛盾。

2. 沉静型。这种类型的储蓄员的神经素质反应较弱，但较趋于平衡，兴奋速度较慢而平缓，接待储蓄者沉着冷静，在服务过程中比较细心，言行谨小慎微，易于消沉，但工作有条不紊，对储蓄者心理观察细致，服务比较周到，工作质量较高，其弱点是不善于进行储蓄宣传和社交活动。

3. 活动型。这种类型的储蓄员的神经素质反应较强，而且平衡、灵活性好、富于表现力和感染力，情绪兴奋性高，在储蓄服务中态度热情、易同储蓄者结识，办事迅速，但由于兴趣广泛，对外界事物较为敏感，且容易发生差错，随着环境的变化，其心境状态也在不断转变之中。

4. 温顺型。这种类型的储蓄员的神经素质反应较低，情绪兴奋与抑制比较平衡，具有较强的可塑性，敏捷性较差、性情温柔、情绪稳定，热情而不冲动，善于忍耐。在储蓄服务中，接待储蓄者

耐心，解释问题详细，尽可能地满足储蓄者的要求，极少与人发生争吵，但操作较慢、遇事缺乏主见、处理问题不够泼辣大胆、依赖性较强。

当然，上述这种划分并不是绝对的或一成不变的，因为人的气质是先天和后天的合成。事实上，在储蓄员中，要截然地将其划为某种气质类型并不十分妥当，更多的是以某种气质为主、兼有其它气质的混合类型。气质也没有好坏之分，我们研究储蓄员的气质类型，只是为了在安排储蓄员工作时扬长避短、发挥优势，使之更好地向储蓄者提供优质服务。

（五）性格

性格是一个人最鲜明、最重要的个性心理特征，是人对客观现实态度和行为方式中经常表现出来的稳定倾向。由于气质与高级神经活动关系密切，因而对性格表现的快慢、情绪大小，以及对性格的形成和发展都有一定的影响。例如，储蓄员对储蓄工作的态度，每个储蓄员就表现出完全不同的性格特征。有的储蓄员热情、爽直、诚恳、勤劳、朴实；有的储蓄员则冷淡、懒散、骄矜。储蓄员在提供储蓄服务过程中表现出来的特点，构成了储蓄员的不同性格特征。

性格由于更多地受社会生活条件的制约，所以它对气质的类型有显著影响。储蓄员的气质形成与它的性格有莫大关系。正确认识储蓄员的性格，对于我们更好地开展储蓄服务有极大的帮助。例如，性格外向型的储蓄员，在储蓄服务中，一般都属于热情活泼、兴趣广泛、反应迅速的气质类型。相反，性格内向型的储蓄员，在储蓄服务中多数是沉默寡言、动作反应迟缓、情绪稳定、内心活动强烈的气质类型。

储蓄员的个体性格对储蓄服务工作有很大影响，我们对此必须给予足够的重视。但是，由于周围环境的影响，储蓄员的性

格是很难分毫不差地全面表露出来的，所以，我们在观察和判断时，必须充分考虑性格的稳定性和隐蔽性，以便于把握储蓄员的个体性格的本质特征，从而调动储蓄员心理特点的积极因素，使之不断提高储蓄服务水平。

第五节　心理学在储蓄宣传中的运用

储蓄宣传是储蓄工作的一项重要内容，它通过借助报纸、电台、电视等宣传媒介和会议、咨询、艺术等活动，宣传储蓄政策原则、储蓄业务，增强社会和人民群众的金融意识，使之树立正确的储蓄观念，强化储蓄动机，为国家经济建设筹集更多的资金。储蓄宣传，既是银行吸储工作的需要，也是社会和群众的生活要求。

储蓄宣传的对象是人。储蓄宣传能否达到预期的效果，就必须研究人的心理，使宣传的内容为人注意，使之发生兴趣，启发欲望，增强信心。本节扼要论述储蓄宣传中的心理功能，储蓄宣传的心理原理、心理策略等。

一、储蓄宣传的心理功能

在金融体制改革不断深入的新形势下，储蓄宣传正向广泛采用、注重诱导、内容艺术、走向专业等方向发展，使储蓄宣传的功能更为多样化。从目前我国的实践来看，储蓄宣传的心理功能主要有以下几项。

（一）意识的功能

通过宣传储蓄这一经济活动，可以筹集经济建设资金和帮助群众合理安排生活，强化社会和群众的储蓄意识，使人们意识到储蓄的存在、储蓄的意义，变银行储蓄为社会的自觉行为。

（二）诱导的功能

主要是宣传储蓄政策原则、储蓄利率、储蓄服务，宣传储蓄与消费的关系，引导人们合理安排生活，激发他们潜在的储蓄欲望。

（三）教育的功能

文明健康和具有现代生活信息的储蓄宣传，对扩大群众的知识领域、丰富生活、指导消费、促进社会主义的精神文明和物质文明建设都具有潜移默化的作用。

（四）艺术的功能

以艺术的内容和表现手段的特殊性构成的储蓄宣传形象，能美化生活，带给社会以美的文化艺术享受。

（五）促储的功能

促进储蓄存款是宣传的基本要求，也是储蓄宣传的基本功能，通过把各项储蓄业务种类，各种储蓄服务，以及银行信誉等传播给社会，引起群众的兴趣和注意，加强对储蓄的认识，强化储蓄信心和决心，使潜在的储蓄意识变为现实的行动。

总之，储蓄宣传的心理功能是多方面的，在储蓄工作中都应充分利用，在努力研究储蓄者心理的基础上不断提高储蓄宣传的社会效果。

二、储蓄宣传的心理学原理

借鉴应用心理学的研究成果，在储蓄宣传中应注意把握如下五个方面。

（一）整体性原理

所谓整体性原理，就是在进行储蓄宣传时，要以储蓄业务为中心，对涉及到储蓄行为的有关个体和事物进行综合考虑，以达到最佳的宣传效应。储蓄行为是经济生活中的普遍现象，它的存在和发展与政治、经济、文化、社会等生活的诸方面都有紧密的联系，因此，储蓄宣传要把着眼点放在与储蓄业务有关的整体上。如储蓄与消费的关系，是抑制消费，还是鼓励消费？人们的消费观对储蓄行为有什么样的影响？再如，储蓄与生活、流通、分配的关系，既要宣传储蓄改善人们家庭生活的好处，还要宣传储蓄爱国、储蓄对筹集社会主义建设资金的意义，等等。在进行储蓄宣传时，应当把储蓄宣传放到整个政治经济生活中去考虑，应当满足社会和个体对储蓄的不同的需要，不能就储蓄论储蓄，否则，储蓄宣传作用就会受到很大限制。

（二）注意原理

注意是人的心理活动过程的一种特征，是人对所认识事物的指向和集中。金融心理学研究认为，储蓄宣传要取得一定效果，首先必须使人们注意听、注意看，并能理解、领会，形成巩固的记忆。人的听、看等知觉活动，不是被动接受客观刺激物的刺激作用的，而是在客观刺激物和人的主观内部心理因素相互作用下进行的，每一项储蓄宣传对储蓄者来说，都是一种客观刺激物，或引起听觉，或产生视觉的心理效果。而这些刺激物必须具有一定特征才引起人们的注意。据一次调查结果表明：一个城市的人每天会从报纸、电台、电视等媒介物中遇到50多个宣传广告，但是人们平均只会注意到5－10个宣传广告，这就是说，人们并不是对所有遇到的宣传广告都能注意。进行储蓄宣传，应当研究如何引起人们的注意，根据这个原理去设计宣传的形式、内

容、方法等，更大限度地吸引储蓄者的注意力。只有引起人们更多的注意，才能增强储蓄宣传的效果。

（三）感情原理

情感过程的产物是感情。它是情绪和情感的总称。情感和情绪是一个人对客观事物是否符合自己需要的态度体验。运用感情原理进行储蓄宣传，就是使人们对储蓄这一经济行为产生积极的、肯定的体验和感情。人们只有在对储蓄宣传的内容抱有肯定的感情时才可能产生储蓄愿望。如何通过宣传引起人们的肯定感情呢，下列因素可以考虑。

1. 权威效应。社会知名人士、领袖人物、专家及名演员等人的观点、见解往往使储蓄者产生极大的信赖情感。如：宣传领导人物艰苦奋斗、勤俭节约、积极储蓄、支持革命和建设的精神，能诱发人们储蓄的肯定感情，比单纯宣传节约和储蓄的效果要好得多。在物价不稳定时，宣传经济学家的观点和存款大户的储蓄行为，也容易增强储蓄宣传效果。

2. 先入为主倾向。不少人具有一种个性特点，就是还没有完全了解情况就轻易下结论，如工资转存储蓄，其实很多人并不了解它的全部，就认为是“好”或“不好”，如果是“好”的结论，则使人产生了肯定的第一印象和感情；如果是“不好”的结论，就会使宣传失效，甚至产生反效果。因此，在开展储蓄宣传时，应尽量减少人们否定的第一印象，把储蓄宣传的肯定方面和最能打动人心的话放在宣传内容的开头。

3. 晕轮效应。指人们对某种储蓄、或某储蓄所的好、恶情感往往会波及到所有的储蓄或储蓄所，这种现象尤其在知识经验贫乏的人身上表现更为严重。如，一个人认为某储蓄所的服务态度不好，由此而否定所有储蓄所的服务态度，对储蓄产生否定的感情。这一点在储蓄宣传中也是应当注意的，要在宣传中突出自

身的特点，使人们产生有所区别的印象。

（四）满足需要原理

需要是人对生理和社会要求的反映。人的需要是多种多样的。马斯洛在分析人的需要时，把人的基本需要分为五个层次，即生理的需要、安全的需要、社会交往的需要、尊重的需要和自我实现的需要。根据人们需要的基本原理，在储蓄宣传中，要注意满足人们的各类需要，要在广泛调查研究的基础上，针对储蓄者的不同需要，进行有针对性的宣传鼓动作用。如，现阶段储蓄者存款是为了保值的需要、得利息的需要、安全需要、方便的需要等，在宣传中都要突出上述内容，尽量使储蓄者能够感到他的储蓄行为是满足自身的某种需要，这样，有利于调动和稳定储蓄者行为的积极性，提高储蓄宣传的效果。

（五）动态原理

金融心理学认为，储蓄者的储蓄行为是由其储蓄动机支配的，但由于受各种因素的影响，储蓄者的储蓄动机又是处于不断发展变化之中的。因此，储蓄宣传必须不断适应储蓄者发展变化的心理状态，这就是动态原理在储蓄宣传中的应用。例如，在五六十年代，我国人民生活水平比较低，仍然是“温饱型”的生活，因此，储蓄宣传主要是围绕“勤俭节约”这个主题进行。但是进入八十年代后，人们的生活水平明显提高，消费观念也有了改变，生活的目的从“温饱型”向“小康型”过渡，这种形势下，再强调“新三年、旧三年、缝缝补补又三年”和“节衣缩食”等，那么，就违反了动态原理，人们就会对储蓄宣传产生怀疑。因而，要针对人们的消费心理变化，宣传储蓄怎样使家庭生活安排得更幸福，宣传储蓄存款的收益性，宣传储蓄服务功能。同时在宣传形式上也要广泛利用广播、电视、报纸等现代传播媒介进行立体宣传，并

针对不同层次的储蓄者，举办一些象储蓄音乐会、储蓄知识竞赛等活动，使储蓄宣传更具有知识性、艺术性、趣味性，增加宣传的吸引力，这样才能获得更理想的宣传效果。

三、储蓄宣传的心理方法

实践证明，进行储蓄宣传，必须充分研究人们心理活动的特点与规律，巧妙地应用心理学原理，增强宣传的表现力、吸引力和诱导力。

一项成功的储蓄宣传活动，往往是首先作用于人们的视觉、听觉生理，继而引发其心理感应，促进一系列的心理活动，最后导致储蓄行为，或为宣传内容所打动。储蓄宣传对人们的心理活动与行为的作用过程，可以概括为如下阶段：诉诸感觉、引起注意、激发兴趣、加强记忆、确立信念、坚定信心、导致行动。根据这一作用过程，我们可考虑以下心理方法来加强储蓄宣传效果。

（一）发挥注意在储蓄宣传中的心理效力

我们在前面介绍的储蓄宣传心理原理中讲过，注意是人对认识事物的指向和集中。由于这种指向和集中，人脑才能清晰地反映注意中的事物。储蓄宣传要想达到理想的效果，首先必须引起宣传对象的注意，使他们被宣传的事物吸引住。如果储蓄宣传能够被人们注意，那么这种宣传才能获得成功。为了唤起人们更多的注意，在储蓄宣传的形式、方法设计时，要努力增强刺激量。比如，在公共场所悬挂醒目的宣传条幅、张贴宣传画，请有影响的领导者和名人专家发表讲话，在电视的黄金时间或报刊的显要位置播放（刊登）广告等。这些都能有效地刺激人们的视觉听觉，使其心理处于一种积极的状态之中，引起更大的注意。在设计宣传内容时，要增强感染力，通过新奇有趣的构思、富于艺术

的加工和选择诱人关心的题材，激发人们对宣传内容的兴趣，增大注意度。

（二）发挥记忆在储蓄宣传中的心理效力

成功的储蓄宣传不仅能引起人们的注意，而且还应当被人们理解、记忆。记忆是人们思考问题、做出决策的必要条件。根据心理学研究的成果和实践经验，增强人们对储蓄宣传的记忆效果的心理方法主要有以下几种。

1. 利用直观的、形象的信息传递，增强人们对事物整体映象的记忆。在储蓄宣传中，有意识地采用语言进行信息的直观表达，不仅可以强烈地吸引人们的注意，还可以使人一目了然，提高记忆效果。例如，每月存款 20 元，一年可买一台收录机；每月存款 50 元，一年可买一台电视机。这种对零整储蓄好处直观的描述，可以使人们对这种储蓄留下深刻的记忆表象。

2. 利用简短易懂的词语高度概括宣传内容，提高信息接收和贮存的效率。如整存整取、零存整取、活期储蓄，这些词语既是对这种储蓄内容的高度概括，又便于人们记忆理解，是提高储蓄宣传效果的重要工具。相反，如果宣传的内容含糊不清，语句冗长、松散，那么，人们在视听宣传之后，却很难正确地记忆宣传所提供的信息，从而也就削弱了宣传效果。

3. 利用信息的适度重复与变化重复，加强与巩固神经联系痕迹。一般情况下，人们初次接触新的储蓄种类、新的储蓄业务宣传时，即留在大脑的痕迹是不会很深的，也易于因其他因素的干扰而遗忘。所以，在储蓄宣传中，有意识地采取重复的方法，反复刺激人们的视觉听觉，加深人们对储蓄宣传内容的印象，延长贮存时间，这是一种惯用的心理策略。

（三）发挥联想在储蓄宣传中的心理效力

联想是人们在回忆时由当前感知的事物回忆起有关的另一

事物，或者由想起的某一事物又想起了有关的其他事物的一种神经联系，是人们的一种重要心理活动。

运用刺激联想的心理方法来提高储蓄宣传效果，实际上是对有关储蓄信息的升华。通过储蓄与生活中人们追求的事物之间的联系，形成各种联想，无疑能起到扩展储蓄者思路、诱发积极情感、促进储蓄欲求等心理作用。例如，以青年人为对象的婚事储蓄，在宣传中，可以把储蓄与新婚美好的幸福生活联系在一起，创造引人入胜的意境，暗示储蓄带给储蓄者新婚的乐趣，使储蓄者在感情上增加点甜蜜温暖，有力地促进其储蓄心理的活跃。

储蓄宣传中，在有意识地发挥联想的心理功能时，必须充分研究储蓄者的心理习惯、生活水平和储蓄趋势，掌握储蓄宣传对象的普遍心理与个别心理，了解他们希望什么、顾虑什么、喜欢什么……，有针对性地激发联想，产生宣传的联想效果，适应储蓄对象的知识经验和美好欲求，令其信服、向往、愉快，刺激产生有益的共鸣和情感冲动，使之确立储蓄的信心和决心，导致储蓄行为。当然，采取联想手法，应特别注意避免引起储蓄者消极的情绪和不良的社会影响。

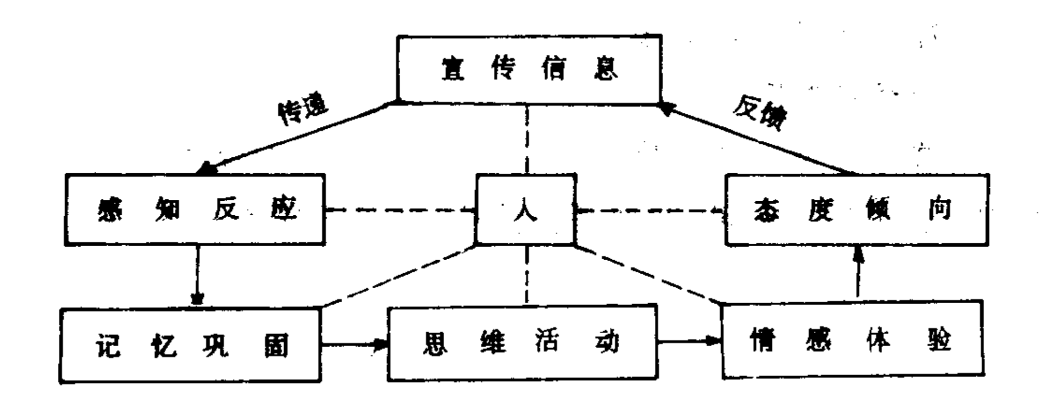
上述三种常用的储蓄宣传心理方法，显然赋予储蓄宣传以更强的感染力、启示力、说服力和刺激力，更好地发挥储蓄宣传的诱导储蓄功能。但是，社会主义条件下的储蓄宣传，心理方法的应用，必须遵循社会主义基本经济规律，坚持实事求是的态度，发扬我国优良传统，反映新时代的气息，有利于培养人们高尚的精神境界和良好的社会风气，把心理性与思想性、政策性、真实性、艺术性、科学性有机地统一起来，不能采取弄虚作假，哗众取宠等诱惑手段，或运用低级庸俗的贪图享受刺激储蓄者。因为这样的储蓄宣传，是缺乏生命力的，是违背人们正常心理的。

四、储蓄宣传心理效应

任何一项储蓄宣传都有一定的目的，或宣传国家的储蓄政策，强化储蓄者储蓄动机、增加储蓄存款；或介绍某种新的储蓄种类，供储蓄者进行选择；或宣传某储蓄所的服务质量、信誉，提高社会声誉，增强业务竞争能力，等等。这些目的，都是为了促进储蓄者的心理活动，影响储蓄行为，使它在储蓄活动中产生效应，为社会主义经济建设聚集更多的信贷资金。

储蓄宣传心理效应，就是储蓄宣传目的经过特定的媒体传递后对社会和群众心理活动的影响程度。储蓄宣传既然旨在影响人们的心理活动和储蓄者的储蓄行为，就必然与人们的心理过程发生联系。因此，储蓄宣传内容作用于人们引起的一系列心理效应，主要就是表现在对广告内容的感知反映、记忆巩固、思维活动、情感体验和态度倾向这几方面。储蓄宣传的心理效应是相互联系、相互促进的。一项储蓄宣传的成功与否，跟它能否有力促进人们的这些心理效应直接相关。储蓄宣传心理效应的发展程序及其相互关系如图 4－2 所示。

图 4－2　储蓄宣传心理效应发展程序及其相互关系



（一）感知反应

储蓄宣传必须通过人的感觉，才能让人们知晓某储蓄业务和银行的存在，了解银行储蓄服务水平，达到影响储蓄行为的目的。在宣传中，利用人们感觉知觉形成的规律，引起对宣传内容的注意，唤起兴趣，创造潜在的需要，这是储蓄宣传的一种重要心理效应。

（二）记忆效率

记忆效率一般指人们对宣传信息的保持或回忆的能力与水平。记忆对刺激潜在的储蓄行为有较大意义。当人们产生储蓄需要时，往往随意或不随意地回忆起储蓄宣传中的信息内容，由此强化储蓄行为。所以，储蓄宣传要获得较好的效果，就必须提高人们对储蓄宣传内容的记忆效率。

（三）思维活动

人们在对储蓄宣传内容感性认识的基础上，往往会进入对宣传内容的思维阶段。人们对储蓄的思维，主要表现为对储蓄宣传观念的理解，即对储蓄宣传反映的本质的掌握。

（四）情感体验

具有一定意义的储蓄信息，往往能对视听者发生信号作用，容易激发人们的感情反应。只有激发起人们对储蓄的积极情感，才能更好地促进储蓄欲望。

（五）态度倾向

储蓄宣传是一种影响手段，旨在改变人们对储蓄活动、银行储蓄服务的态度倾向，增强储蓄信心，促进其储蓄行为的发生。

第五章　贷款心理研究

“知其心，然后能救其失也”。[1] 在银行信贷管理中，也是这个道理。这就是要深入地了解和研究告贷者。

所谓告贷者，是指向金融机构申请借款，具有法人代表资格的企事业单位领导者。如贷款企业厂长、公司经理等，便是我们在本章中所要重点研究的对象。

贷款运行是由个体行为来支配的，离开个体行为就无所谓贷款运动。银行对贷款的管理，尽管是对贷款资金这一物的管理，但这种管理是通过对贷款行为的管理来实现的。对告贷者的贷款行为管理，就是银行在研究告贷者的心理行为规律基础上，对贷款行为进行科学的预测、判断和引导，调节告贷者合理使用贷款的积极性，以达到提高贷款经济效益的目标。所以，对告贷者的贷款行为管理是银行信贷工作中的一项基础工作。从某种意义上说，贷款管理就是研究和管理贷款行为（也包括信贷员行为）的科学。

引导贷款行为，调动告贷者合理使用贷款的积极性，必须建立在掌握告贷者心理及行为规律上才能卓有成效。也就是说，要研究告贷者为什么要贷款，贷款需要、动机是什么，等等。金融心

---

① 《礼记·学记》。

理学的研究结果表明：资金需要引发贷款动机，贷款动机支配贷款行为。一项贷款的使用效果好坏，虽然与企业生产经营条件有紧密的联系，但最根本的是看贷款需要是否合理，贷款动机是否正确。在一般情况下，合理的贷款需要和正确的贷款动机产生良好的贷款行为及贷款使用效果；反之，将会导致错误的贷款行为，显然，对于银行贷款来说是危险的，也不会产生良好的贷款使用效果。下面我们将通过运用心理学的基本原理分别研究贷款需要、贷款动机等，探索贷款行为的奥妙，为进行贷款决策和有效管理提供科学的心理依据。

第一节 贷款行为的心理基础

贷款行为是借款人对贷款产生的一种能动而有目的的资金信用活动，这种活动是在需要——动机——目标的推动引导下引发的。贷款行为以需要为基础，由贷款动机来推动，贷款需要是贷款行为的原动力。因此，我们研究贷款行为必须从研究告贷者的贷款需要出发，搞清楚告贷者有什么样的贷款需要，其需要是怎样产生的，它们又是怎样转变为动机而推动行为的，银行如何满足告贷者的合理贷款需要。本节关于贷款需要的研究，可以帮助我们来回答这些问题。

另外还有一点需要说明，我们通常所谈的贷款需要包含两层意义，其一是客观需要，即社会再生产发展对信贷资金的需要，其二是告贷者的主观需要，即企业、单位为追求自身利益对信贷资金的需要。从表面上看，这两层含义是同一的，因为它们都几乎反映了同一内容。但从影响需要的因素看，客观需要不受

人为因素的影响，而告贷者的主观需要则更多地受到人为因素的影响，因而两种需要所反映的数量、结果往往不同。我们这里所要研究的贷款需要是专指告贷者的主观贷款需要，两者不能混为一谈。

一、贷款需要的一般概念

需要是个体在生活中感到某种欠缺而要求获得满足的一种内在心理状态，它是有机体对客观事物的反应。简单说，是对某种物质的欲望和要求。

企业为了生存和发展，就需要具有一定的生产要素，如人、财、物等，这种要求反映在企业经营管理者的头脑中，就形成了企业的需要。贷款需要是企业管理者的一种心理现象，它表现为企业管理者对银行信贷资金的渴求和欲望，是银行贷款的直接导因和原动力。贷款需要也反映了企业内部要求和外部刺激，是客观需要在管理者心理上的反应，因而它是一个积极的、主动的过程。

二、贷款需要种类

告贷者的贷款需要是多种多样的。按照贷款需要的性质，可分为生存需要、安全与保障需要、发展需要和非经济需要四个层次。

(一)生存需要

生存需要，是企业为维持简单再生产，保证企业基本生产和经营所必需的资金需要。这种需要是企业最低的需要，也是最强

烈、最迫切要求满足的需要。反映在银行贷款种类上，主要是企业定额流动资金贷款需要、结算贷款需要等。

（二）安全与保障需要

这是指企业为了保障生产经营正常进行，防备未能预卜的情况而形成的一种资金需要。形成这种需要的主要因素有三点。

1. 商品市场价格上涨高于银行贷款利率时，企业需要贷款储备更多的生产资料；

2. 预见未来货币资金供应紧张时，先多保存一定的货币资金；

3. 为了保持稳定的生产经营和谋求长远利益，愿意承担占压贷款资金所带来的成本损失。安全与保障需要是生存需要的继续和增加。

（三）发展需要

当企业的生存需要、安全保障需要得到满足以后，企业为追求长远利益和更高利润，要求扩大再生产，发展企业生产规模和经营范围，因而需要更多的贷款。这是一种高级的需要，它具有较大的弹性和非连续性，例如，技术改造贷款、科技开发贷款等。

（四）非经济需要

这是指企业受内部和外部因素影响而形成的一种特殊的资金需要，这种资金需要是主观的、精神上的需要。如企业搞福利事业进行非生产性投资；企业领导者为追求某种政治目的盲目上项目、争贷款，行政干预和官僚主义导致的贷款需要等。一般说非经济需要往往与贷款原则不相一致。

以上我们提出的四种需要类型是根据生产经营性质来划分的。除此以外，还有其他贷款需要。如消费领域的贷款需要。消费贷款需要是指消费者为获得商品和劳务的消费，在暂时无支付能力之前而对银行贷款的一种需求和欲望。消费贷款需要同

生产经营领域中的贷款需要一样，都是人们经济生活中存在的现实。

三、贷款需要的特点

一般说，贷款需要有以下几个特点。

（一）层次性

贷款需要的层次性，表现在告贷者对贷款需要的高低、强弱的程度。就告贷者来说，他首先要求满足最低一级的生存贷款需要，否则企业就有倒闭和职工失业的可能。只有当生存贷款需要得到满足后，才有可能追求较高一级的贷款需要，以及其他贷款需要。一般说，贷款需要从低级到高级层次的顺序是：生存贷款需要——安全与保障贷款需要——发展贷款需———非经济贷款需要。虽然这种贷款层次划分是人为的，但也不是绝对的，特别是在“供给制”的信贷资金管理体制和企业机制不完善的条件下，告贷者可能对发展需要（如固定资产贷款）最强烈、最迫切，而生存需要因为有国家保障和资金“供给制”，因而在告贷者心中就不一定排在贷款需要的最前面。因此，这一点是我们在研究贷款需要时所必须重视的。

（二）周期性

企业生产经营是物质生产过程和价值形成过程的统一。它具有一个明显的周期性。企业生产经营的这一特点，决定了告贷者贷款需要也有一个周期性。如流动资金贷款需要，当企业备料生产经营而缺乏资金时，告贷者就可能产生贷款需要。在贷款需要得到满足后，贷款需要也就消失了。但企业准备下一次生产时，新的贷款需要又形成了。固定资产贷款需要也是这个道理。所以，贷款需要是一个需要——满足——新的需要，这样一个周

期性的过程。

(三)可变性

告贷者的贷款需要的形成和发展，虽然决定于企业生产经营状况，但是与现实环境的刺激有很大的联系。企业生产经营制度和市场环境的变化、国家经济金融政策的调整、企业领导者经营思想转变、各种社会舆论宣传诱导等，都可以促使告贷者产生新的贷款需要或放弃原有需要，或此项需要向彼项需要转移，或由潜在需要变为现在需要，或由微弱欲望变为强烈的欲望。贷款需要的可变性，说明了银行和社会对贷款需要是可以引导调节的。这对于改变目前我国资金紧张状况、调整经济结构是非常重要的。例如，前几年我国基本建设投资过热，出现了固定资产贷款需求膨胀，给国家经济带来了不良的影响，但是国家通过及时采取措施和进行舆论宣传教育，把膨胀了的需要很快压下来，并引导到以内涵扩大再生产为主的技术改造和内部挖潜上，促进了经济的稳定发展。

(四)发展性

贷款需要并不是静止地停留在一个水平上，一般是向前发展的。随着我国经济建设的迅速发展和经济体制改革的逐步深入，贷款需要无论是在数量上，还是内容结构上都会不断变化发展。

1. 在数量上，经济越发展，贷款需要就越多。贷款是商品经济不断发展的产物。告贷者为了扩大企业的生产经营，追求更大的利润，他总是渴望从银行获得更多的贷款。

2. 在结构上，由于经济技术结构、资金来源结构变化和企业生产经营手段不断发展，贷款需要也将随之变化发展，并且在层次、内容、方式等方面变得越来越复杂化、多样化。

四、贷款需要的形成

企业内部生产经营的要求、外部环境的刺激与企业管理者的心理活动，是形成贷款需要的三个主要方面。

（一）企业内部生产经营要求引起对贷款需要

企业如同一个有机体。它为了维持企业生存和发展，必须具有基本的需要。人饥饿时，反映在人脑中产生饮食需要，企业生产经营缺乏资金，反映在企业管理者的头脑中就形成资金需要。当这种需要认为应向银行贷款解决时，便形成了贷款需要。

（二）外部环境刺激形成贷款需要

企业生产经营目标的实现，依赖于企业外部环境。企业要通过接受市场信号以不断调整生产经营活动，在调整中也就会产生对贷款的需要。如，当企业产品在市场上十分畅销时，由于有利可图，企业管理者会要求扩大生产，进而要求增加贷款，这样，新的贷款需要受市场信号刺激、影响也就产生了。

（三）管理者心理状态引起贷款需要

企业领导者作为职务的化身，他们的权力、地位和个人目标也往往产生贷款需要。如实行厂长、经理负责制以后，有的厂长、经理为了建立个人的政绩，实现个人目标或迎合企业职工福利要求和上级领导意图，不是根据企业的实际需要，而是盲目上项目、争贷款，这样的贷款需要则主要是由管理者心理状态引起的。

五、满足贷款需要的原则

贷款需要是商品经济发展与个体心理活动相结合的产物，

是促进商品经济发展的内在动力。社会主义银行应当从我国的现实出发，积极筹集资金，努力满足经济活动中的合理贷款需要。所谓合理性，就是宏观与微观效果的有机统一。在宏观上，符合国家的经济政策和发展计划；在微观上，符合信贷资金“流动性、安全性、盈利性”原则。具体说，银行满足贷款需要应当遵循以下几项基本原则。

（一）满足贷款需要与信贷管理总目标相统一的原则

信贷管理总目标，就是通过银行信贷经营与管理，要求在国家经济生活中实现的总目标。一九八六年一月七日，国务院发布的《中华人民共和国银行管理暂行条例》第一章“总则”中明确提到：“中央银行、专业银行和其他金融机构，都应当认真执行国家的金融方针政策，其金融业务活动，都应当以发展经济、稳定货币、提高社会经济效益为目标。”所以，要满足贷款需要，就应当坚持上述三个目标，即货币稳定目标、经济增长目标、社会经济效益目标。

稳定货币，这是满足贷款需要所必须坚持的最基本的目标。保持市场货币稳定，这是我国货币政策和信贷政策的根本出发点，它符合国家和人民的根本利益，也是社会再生产顺利进行的前提条件。货币是通过信贷渠道投放的，保持货币的稳定，必须保持贷款增长与生产增长的合理比例，在生产增长的基础上，确定贷款增长的合理比例，使贷款增长严格控制在一定的规模内。防止因无限度地满足贷款需要而造成货币增长失控，导致货币的不稳定。

发展经济，也是银行满足贷款需要的重要目标。贷款的投向、规模、方式等对商品生产和流通产生直接影响，银行应当通过对贷款需要的调节来引导生产和流通，促进经济协调稳定发展。

提高社会经济效益，这是满足贷款需要的另一重要目标。讲求经济效益是社会主义基本经济规律的客观要求，也是银行衡量贷款需要合理性的重要标准，由于信贷资金直接参与企业的生产经营活动，成为社会再生产中必不可少的要素，因此，满足贷款需要，把社会经济效益作为原则也是必要的。

（二）满足贷款需要应当体现"区别对待、择优扶植"的原则

"区别对待、择优扶植"原则是银行信贷管理原则之一，是针对贷款需要的不同情况提出来的。遵循这一原则，就是要根据党的方针、政策、国家计划、市场要求和企业生产经营状况进行分析判断贷款需要的合理性，以确定银行对贷款需要给予一定满足，满足程度，采取什么形式等。这一原则体现了在总量控制下调整、发展的政策，有利于促进经济结构的调整。

择优扶植的主要方法是：

1. 按行业、产业、部门择优。从国民经济的全局出发，根据国家的产业结构政策，对国家优先发展的产业、行业、部门在贷款上给予积极支持，使国民经济结构不断向合理层次上升。而对于不符合国家产业政策要求的行业、部门，要压缩贷款需要，也就是"压一般、保重点、适时调节。"

2. 按企业、告贷者素质择优。对于经营管理好、信用好、效益高的企业和有良好思想品质、经营思想正确、作风踏实的告贷者的贷款需要优先给予满足。

3. 按企业生产经营内容择优。主要是以生产者生产经营的产品质量、成本高低、价格竞争能力、市场营销情况来选择对象。对于盲目生产、盲目采购形成的贷款需要，银行不予解决。

（三）满足贷款需要必须以告贷者偿还贷款、保证信贷资金安全性和流动性为前提

坚持这一原则，是因为信贷资金是以偿还为条件的价值运

动，如果贷款失去了偿还性，贷款本身也就不存在，满足贷款需要就成为一句空话。再者，贷款只是信贷资金使用权的转移，占有权不发生变化，如果贷款不能偿还，贷款就变成了拨款，贷款这一经济杠杆也就失去了其特殊的意义。因此，银行在满足贷款需要之前，要认真做好贷款审查工作。

第二节 贷款行为的直接动力

告贷者要实现其贷款行为，仅有贷款需要及其感性体验(愿望、意向)是不够的，还要有一定的激起贷款需要的条件，还要有满足贷款需要的金融机构及信贷资金，这样，才能使其潜在状态转为活跃状态，才能把贷款行为引向一定的方向。这就是我们将在后面所要研究的贷款动机问题。恩格斯说："他的行动的一切动力，都一定要通过他的头脑，一定要转变为他们愿望的动机，才能使他行动起来。"[①] 贷款动机是直接推动告贷者贷款行为的内在驱动力。因此，银行控制和引导贷款行为，很有必要了解告贷者动机及规律性，了解动机与行为的联系及动机与效果的关系，这项工作对科学管理信贷，发挥贷款在经济中的杠杆作用是十分重要的。

一、贷款动机

贷款行为是由一定的贷款动机引发的。一个动机满足了，另

① 恩格斯：《马克思恩格斯选集》第4卷，人民出版社1972年版，第247页。

一个动机继之而起，或同时有几个动机导向某一贷款行为。贷款动机是贷款行为的动力，是引起贷款活动的直接原因。

告贷者的贷款行为总是从一定的贷款动机出发，指向一定的目的的。告贷者的贷款动机和目的既有密切的联系，又不完全相同。贷款动机是推动告贷者去实现目的的心理活动，而贷款目的则是告贷者在贷款中所期待的结果。在众多的贷款行为中，有的贷款目的相同，而推动他们的行为动机不同，有的出于同样的动机，却达不到同样的目的。比如申请同一性质的技术改造贷款，然而他们的动机可能是引进新技术，改造设备，增强企业发展后劲；也可能出于个人的任期政绩，以此得到上级领导的夸耀和提升。这个举例说明，要了解告贷者贷款的真实情况和意图，必须要揭示他们追求某种目的的主要动机。

贷款动机与贷款需要有着密切的联系，两者在概念上甚至有着相同的含义。而事实上两者在意义上有严格的区分。贷款需要是贷款动机的基础，贷款动机推动贷款行为。只有当贷款需要具有某种特定目标时，也就是与银行这个具体对象建立了心理联系时，才能转化为贷款动机。例如，企业准备改造一批设备需要筹借资金，这时还仅仅是企业管理者心理上的一种需要。当他了解到当地一家专业银行已开办了技改贷款业务可以解决资金需要时，贷款需要才转化为贷款动机。一般说，人的需要往往呈现为抽象的意念，这种意念还没有具体的对象，只反映了人的内心需要，产生某种不安，如果外界一旦有满足需要的具体对象出现时，意念就会立刻转化为人的动机活动。

二、贷款动机的产生

贷款动机的产生，是由两个因素促成的：一个是内在要求，

即需要；另一个是外在条件，即刺激。这两个因素缺一不可。

（一）需要

如前所述，贷款需要包含两个方面：一是感到缺乏资金；二是期待获得银行贷款。就是说，既有不足之感，又有求足之愿。它们共同合成一种心理现象，称为贷款欲望。贷款欲望，就是告贷者感到对资金非常缺乏，而又期待通过银行贷款获得满足的心理状态。贷款是企业维持生存和发展的物质要素。对贷款的获得和满足都可能导致告贷者内驱动力（动机）的产生。

企业的管理者如果认为有足够的生产资金而对贷款资金不需要时，自然也就不会产生到银行贷款的愿望。在另一种情况下，企业管理者虽然感到资金紧，但因种种原因并不产生“期待满足”，例如，企业想新建一个新项目，“感到缺乏资金”，因这个项目一时受到国家的严格控制，不具备向银行贷款的条件，因此，企业管理者也就形成不了贷款动机。

（二）刺激

刺激分为内部刺激和外部刺激。内部刺激主要是企业群体内部追求自身利益最大化目标而产生的。如实现企业利润最大化，要求增加职工奖金等，这是一种强烈的内驱力，使企业积极地通过贷款等渠道筹集资金。外部刺激则是由外部诱因引起的。如，某企业通过向银行贷款，在生产和经营上获得了巨额的利润，或生产能力和产品质量有了明显提高，因而，常常会诱发其他的企业向银行贷款。这种贷款动机显然不是由于企业内部资金紧张而产生的。

可见，贷款动机往往是内部条件与外部条件的相互作用下产生的。也就是说，告贷者的动机行为，不仅与企业内部有关，而且还会因时、因地、因人、因其所处的环境不同受到影响。

三、贷款动机的功能

贷款需要一旦转化为贷款动机，就将成为推动信贷活动的巨大动力。认真地分析贷款动机，对于更好的开展信贷调查，贯彻信贷原则具有现实的意义。

概括地说，贷款动机具有以下几种功能。

(一)始动功能

贷款动机一旦形成，告贷者就将围绕实现其动机而进行活动。也就是说，贷款动机能够导致告贷者的贷款行动。对其贷款行为起推动、加强、持续作用。

(二)指向功能

贷款动机不仅能唤起行动，而且能使行动趋向一定的目标，使行为具有一定的指向。银行分析贷款动机，应认真研究告贷者贷款行为的指向，要通过信贷政策和原则，合理引导贷款指向，使其向着信贷政策指向的目标发展。

(三)强化功能

贷款动机具有维持和加强贷款行为的作用，即强化性。告贷者的行为结果，往往对他的动机发生巨大的影响，贷款动机因为得到银行支持和鼓励后，其行为会重复出现，行为得到加强；否则，贷款行为受到削弱，以至这种行为减少或不出现。银行在信贷管理中，运用强化原则可以有效地影响和引导告贷者行为，如，银行定期公布一段时期内支持、优惠哪些贷款行为和限制压缩哪些贷款行为，这样，使告贷者的贷款动机得到强化，抑制和不支持的贷款动机进一步削弱，有效地调整贷款结构。

(四)稳定功能

告贷者在贷款过程中，为了达到一定的目的，常常以某种稳定的方式支配自己的行为，这种稳定的方式又称为动机模式。贷

款动机是在需要基础上由情境激起的，最初只是在较小范围起作用，后来由于类似的情境经常出现，告贷者也就以类似的方式重复反应。因而这种行为动机就形成一定的模式固定下来。银行信贷工作为了更好地服务于企业，可根据告贷者的动机模式设计相应的贷款程序和调控机制，使信贷工作程序化、制度化、规范化。

四、我国企业贷款动机结构

我国社会主义银行成立以来，企业向银行贷款动机曾经有过很大的变化，主要有以下几种不同的贷款动机结构。

（一）行政动机

这种动机在"资金供给制"的经济中占有很重要的地位。在资金供给制条件下，企业按计划生产，银行按计划供应资金，企业和银行很少有自主决策的余地。因此，所有贷款行为都听命于指令性计划。贷款的行政动机在某种条件下，甚至会发展成为一种"迎合动机"。企业和银行对有关行政部门的意图特别敏感，"闻风而动"，而不是考虑企业是否真正需要。

（二）收入动机

就是把争取本企业职工的收入最大化放在首位，贷款行为是以实现职工收入最大化为目标。这里所说职工收入最大化，是指包括职工工资、奖金、实物、子女就业、幼托保健等各种货币收入和非货币收入。企业为了实现收入最大化目标，总是希望多超额生产，多生产计划外的产品，办家属工厂，建职工宿舍和其他福利设施等，为此所增加的贷款都是在收入动机下驱动的，是收入动机引发的贷款行为。收入动机有时也称为"家庭动机"。

（三）利润动机

我国实行城市经济体制改革后，对企业实行了利润留成制度，使企业倾向于追求利润的动机得到强化，因此，在其贷款时，按最大收入和最小成本原则决策，贷款资金尽可能用到效益好的项目和产品生产上，利润动机引发的贷款行为往往表现出更多的理智和效益。

（四）扩张动机

扩张动机即企业为了维持自己的生存和争取自身的发展向银行贷款。维持生存和争取发展的行为内容很多，如企业扩大生产规模、更新技术设备、建设新的项目等，满足这种扩张的欲望需要大量的资金，在企业资金不足的情况下，往往要求银行贷款支持。扩张动机是一种长期动机，在某种程度上，这也是一个竞争的动机。

在一般情况下，企业贷款的动机并非是单一的，它经常是多种动机交织在一起起作用的。研究表明，有时一项贷款有几种动机，但其中只有一个动机起主导、支配作用。故此我们分析企业贷款动机要从起主导作用的动机出发，真正揭示其贷款行为的规律。

第三节　告贷者素质与贷款行为

前面我们从需要和动机两个方面对告贷者的心理活动进行了初步分析，但这与我们所要达到的要求还不够。贷款决策和贷款运用，能不能取得较好的经济效果，这个问题与告贷者的素质有紧密的联系。这是因为告贷者在企业单位中处于特殊的地位，在生产经营中发挥着决策、组织、指挥等重要作用。企业生产经

营的成功与失败，盈利与亏损归根到底在于人的积极性，特别是与告贷者素质和行为有很大影响。因此，我们在分析贷款行为时，要把行为主体——告贷者素质纳入我们的研究范围，这是很有必要的。

一、告贷者素质

“素质”一词是心理学中的一个重要概念，原意是指事物本来的特质，在英语中还有“能力”、“技能”等含义。所谓告贷者素质就是告贷者经营管理企业和有效运用贷款资金的能力和品质。它包括政治素质、知识水平、实际能力等内容。

（一）政治素质

政治素质是指告贷者的政治状况。它是社会主义商品经济条件下告贷者应具备的基本条件。政治素质主要有政治品质、工作作风、经营思想、纪律观念等。

1. 政治品质。这里指告贷者是否领导企业坚持社会主义方向，对党和国家的方针、政策的态度是否正确，能否全面理解和贯彻执行各项政策、规定和法规，顾全大局，正确处理国家、集体、个人三者利益，有无高度的事业心、责任感和为社会主义经济建设献身的精神。

2. 工作作风。告贷者是否脚踏实地地工作，锐意进取，勇于创新，提倡民主管理，自觉接受集体和群众的监督。

3. 经营思想。告贷者是否扎扎实实地组织生产经营，为社会创造更多财富，有无唯利是图、投机经营、追求浮利的思想。

4. 纪律观念。告贷者能否自觉遵纪守法，维护国家集体的利益，能否可靠地履行诺言，信守合同，承担工作责任。

（二）知识水平

在日益发展的商品经济条件下，告贷者的知识结构应当是“T”字型的，在通晓本企业专业生产知识同时，还应当了解经济学、金融学、管理学、心理学等，使各种相关的知识在告贷者身上达到高度的统一。在这里，知识水平，主要指告贷者的金融知识和生产经营管理的实际经验。

（三）实际能力

能力是告贷者顺利实现生产经营目标的重要心理特点。实际能力主要包括以下几种。

1. 创新能力。这是指告贷者能否开扩生产经营新视野，树立新观念，大胆利用新知识、新技术，开创新产品、新市场，提高市场竞争能力。创新就是要善于跳出旧框框，探索新的世界。

2. 决策能力。根据总体目标，善于按照决策的程序，调动专业人员的积极性，制定企业长期和短期发展规划。在开发新产品，投资新项目中能认准目标，当机立断，并善于在风险挫折面前及时采取措施，转危为安。

3. 组织能力。这是指对企业的生产经营能否统筹兼顾、全面安排，综合调配人力、物力、财力，妥善处理企业内外矛盾，使整个生产经营活动或工作步步衔接、运转有序。

4. 分析能力。分析能力即能否做到高瞻远瞩，具有战略目光，比较准确地推测和预见市场和企业的发展趋势。考虑问题全面、周密。对市场反应敏感，思路开阔，在处理问题上能有新的突破等。

以上我们简要地分析了告贷者素质的三个方面，而实事上，告贷者素质所包括的内容很多，如气质、性格、自我意识等，限于篇幅，在这里不作全部介绍。

二、告贷者素质对贷款行为影响的实证考察

金融心理学研究指出，企业要有效地运用贷款，取得良好的贷款效果，其因素和条件很多，但告贷者素质是其中重要的因素。下面我们通过事例分析可以看到告贷者素质对贷款行为的影响。

（一）经营决策能力对贷款行为的影响

决策是贷款行为的第一步，也是影响贷款效果的关键。贷款决策恰当，可以把企业的人力、物力和技术等生产要素有机地结合起来，从“缺一子而陷僵局”变为“牵一发而动全身”，在短期内实现企业的迅速发展。但是，贷款使用又孕育着风险和压力，贷款必须偿还，贷款用于投资，投资还要缴纳利税等。如果在一定时期内归还不了借款，告贷者将会背上沉重的债务。因此，决策是否准确，直接影响未来贷款的使用和效果。然而，告贷者的决策能力又是贷款决策的基础，一般说，具备了一定素质的告贷者，贷款决策是理智的、科学的，对贷款行为的影响也是积极的，反之，贷款决策更多的是盲目性，其贷款行为很难想象取得良好的效果。

据报道，第一军医大学试制成功一种新的药物牙膏，1982年主动提出与广州一家工厂联合生产，但该厂领导认为搞中药药物牙膏是“一阵风”，不会有销路，于是把送上门的“财神”推出了门；而广州另一家工厂的厂长看准了市场态势，及时做出决策，向银行贷款，更新设备，利用第一军医大学的科研成果合作生产“洁银牌”药物牙膏，1982年，“洁银牌”牙膏投放市场后，企业很快因此而腾飞起来，不仅当年归还了银行贷款，而且利润增加了1.5倍。前一家工厂由于决策失误，栽了一个大跟斗，原来属于名牌的牙膏在市场竞争中失利，到1983年企业利润下降

60%，拖欠银行贷款530万元。

从这个例子我们可以看到，两个企业告贷者由于决策能力不同，做出的决策截然相反，所反映的贷款行为和贷款效果也大不一样，前者决策失误，使企业陷入困境，银行贷款难以收回，贷款资金“危在旦夕”，后者善于科学决策，取得了良好的贷款行为效果。

（二）组织指挥能力对贷款行为的影响

告贷者的决策正确，仅仅是为取得好的贷款效果提供了前提，打下了良好的基础，但是并未消除市场风险的可能，而要保证贷款正常运行，还必须用好、管好贷款，迈好贷款行为的第二步。

企业要用好、管好贷款，需要告贷者进行有效的组织指挥，否则，即使取得了银行贷款，也难以用好和保证贷款安全有效地运行。

某市一大型新建水泥厂，1984年向银行贷款2000多万元，更新技术设备并达到了现代化先进水平，但是主管全厂生产经营的厂长独断专行、固执偏见、容纳不了与自己气质性格不同的人，厂长上任不久就把两名从国外考察学习回来的懂技术、会管理的车间主任免了职，调出了生产车间，结果该车间一年时间就出了四次大事故，严重挫伤了职工的生产积极性。该厂从1984年建厂投产以来，产品合格率仅达40%，企业管理混乱，亏损严重，2000多万元银行固定资产贷款到期无法收回。

这个案例告诉我们，无论企业有多强的实力，如果不善于经营管理，结果仍然是十分令人担忧的，告贷者的组织指挥能力是管理企业的重要条件。

（三）经营思想对贷款行为的影响

贷款行为是受经营思想支配的外在活动。告贷者受什么样

的经营思想支配，就会有什么样的行动，告贷者的经营思想对贷款有很大影响。

社会主义企业必须按照国家的政策法规，脚踏实地地依靠科学技术和企业职工的共同劳动为社会创造价值，发展企业，而企业的振兴与发展又为贷款使用安全和效益提供了保证。

前几年，铅笔生产企业因受原材料涨价因素影响，利润大幅度下降，有些企业出现经营亏损，导致银行贷款呆帐，面对这种情况，新担任福州铅笔厂厂长的龚雄向全厂提出了“以用户需要为目标，以质量求生存，以花色品种求发展”的经营方针，制定了“人无我有，人有我多，人多我优，人优我新”的经营策略，不断改进服务手段，提高产品质量，由于这个厂的经营思想对路，银行贷款用得活，贷款经济效益明显高于同行业。1982 年，该厂仅用一年时间就扭转了长达 7 年的亏损局面，归还了长期拖欠的银行贷款。

与之相反，怀有象旧商人那样目光短浅，只看眼前利益，唯利是图的告贷 者，贷款行为往往以追求短期行为和个人利益为目标，有的甚至投机钻营，违法经营。可想而知，这种经营思想支配下的贷款行为是与银行贷款政策原则相违背的。

（四）信用对贷款行为的影响

贷款是一种信用活动，是以信用为基础的契约关系。对于银行来说，信用是告贷者所必须具备的一个基本条件。贷款工作实践中，许多银行贷款效益差，难收回，告贷者不守信用是其影响的原因之一。据报道，浙江舟山一集体企业，钻银行业务交叉管理监督不力的空子，先后套取中行、农行、工行和建行贷款 1710 万元，转手倒给 30 多户乡镇企业和个体户，非法谋利 18 万元，造成银行贷款的巨大损失。由此看到，告贷者是否具备良好的品质、信用及职业道德，对保证贷款安全、端正贷款行为是非常重

要的。

三、告贷者应具备的素质

银行审查贷款对象、进行企业财务分析、贷款保证检查及市场预测等是非常必要的。但告贷者素质更是不可疏忽。从信贷工作这一要求来看，告贷者应具备以下几方面的素质。

（一）勇于开拓，具有高度的事业心和责任感

告贷者是企业的领导中心和榜样，应当热爱自己的工作，有高度的事业心和责任感，对企业发展充满信心和希望。在思想上牢固树立竞争观念、市场观念、长远观念和资金增殖观念，以及风险观念等。

（二）有良好的信用

告贷者应能可靠地履行承诺，对承担的工作负完全责任，向银行借款能遵守银行贷款规定，如实报告企业生产经营状况和贷款使用情况，贷款到期按时偿还。

（三）能接受政策和法律的约束

告贷者应能正当经营，服从全局，即使政策和法律同企业的目标、利益有某种冲突，也努力在许可的限度内赢得胜利。

（四）有战略头脑

告贷者应善于深谋远虑，运筹全局。能统筹兼顾、全面安排，综合调配企业的人力、物力和财力，善于检查指导、运筹各方，使整个生产经营活动运转有序。

（五）对企业的态度

告贷者对企业要忠诚，与职工保持亲密的联系，积极为职工谋取政策许可的福利，在企业中有一定的权威性和凝聚力。但不独断专行，乐于接纳批评性的意见。

(六)具有一定的专业知识

所谓专业知识,也包括专业理论和实践经验,告贷者不仅应懂得企业生产经营,还要善于管理,了解客观经济规律,学会掌握科学的管理方法。熟悉银行信贷政策和现代金融的信用形式,并善于运用之为企业发展服务。

四、告贷者素质的评估

对告贷者素质的评估,主要是进行心理和经验方面的分析。

(一)第一步:根据信贷原则和企业的不同特点,建立一套能够反映告贷者素质的评估项目

评估项目设立要便于调查分析判断,又能真实反映告贷者运用贷款的能力,同时,按每个项目与贷款的联系程度确定标准值,以便于分析判断时进行比较,见表 5—1。

(二)第二步:对告贷者素质进行调查

1. 实地调查。主要是指银行信贷人员同告贷者本人和企业有关管理人员当面交谈询问,了解告贷者对企业发展的自信心、责任心和进取心,了解厂长的经营思想和经营观念以及决策、组织指挥能力等,另外还可向企业主管部门了解告贷者的专业知识、工作经历和主管部门对告贷者的评价。

2. 书面调查。从企业报送银行的财务报表和有关告贷者经营活动情况的材料中进行调查,银行要建立告贷者素质资料档案,如告贷者任期责任目标执行情况,企业技术改造和新产品开发情况,控制市场风险、减少风险损失等情况,以作为评估告贷者素质的重要依据。

(三)第三步:量化评估

根据调查收集的情况进行分析比较,按照一定标准对告贷

者素质逐项进行评分，并进行分类排队，根据告贷者素质评分情况采取不同贷款方式和执行不同贷款政策。

表 5—1 ××企业告贷者素质评估量化表

评估项目	量化分值	信贷员评分	贷款审查小组评分
1. 是否有高度的挫折忍受能力和自我控制力。	7		
2. 是否锐意改革，具有开创精神。	8		
3. 能否严格履行合约、信守诺言。	10		
4. 是否奉公守法，不谋私利。	7		
5. 是否有强烈的事业心和工作责任感。	8		
6. 工作是否脚踏实地。	8		
7. 是否干劲十足、勇于竞争。	7		
8. 能否开诚布公地畅述经营实况。	8		
9. 是否有强烈的偿债责任感。	10		
10. 对贷款是否认真慎重。	8		
11. 在职工中的声誉威望。	6		
12. 对市场的机敏性及应变能力。	8		
13. 能否接纳批评和意见。	5		
合计	100		

说明：以上评估应尽可能找出事例证实判断。

第四节 贷款环境与贷款行为

贷款行为是在人的心理（需要、动机、目的）、情绪的支配和

影响下，在一定的社会经济环境中产生的。环境就是围绕在人们周围的情况和条件。贷款行为作为社会经济活动的一个组成部分，也必然受到周围社会经济环境的很大影响，如政策、市场、科技、法制、企业机制，以及文化传统等，都是影响贷款行为的重要环境因素。

一、贷款环境与贷款行为的联系

（一）贷款环境是贷款行为的前提条件

这是因为告贷者仅仅有贷款的需要、动机、目的等还不够，还必须有满足需要的信贷资金，有为之服务的金融机构和金融工具，还要有一定的制度、原则、政策等。只有告贷者的内在需要和外部环境相互作用在一起，才会有付诸实际的贷款行为。例如，长期以来，企业基本建设主要是由财政无偿拨款，银行只发放流动资金贷款，1980 年经国务院批准，银行开办了中短期设备贷款，以后又开办了能源交通运输、科技开发等专项贷款，为企业基本建设、技术改造和科技开发等提供了资金来源，深受告贷者的欢迎。

（二）贷款环境对贷款行为具有外在推动和刺激作用

在我国传统的经济体制模式中，国家、地方与企业是一种所谓的“父子”关系，告贷者的任命由上级主管部门批准，他们既要对国家负责，又要对企业职工和上级主管部门负责。因此，贷款行为（主要是贷款决策）必须时时揣摩环境，“审时度势”，使自己的行为得到上级领导的称赞，取得职工的支持，这样，贷款行为必然夹杂着上级领导和职工的意愿。如，上级领导认为应增加什么投资、建设什么项目，对上级领导的意向，告贷者就会坚决照办，按领导的偏好决定贷款行为。另一方面，在现行体制下，告贷

者对贷款行为不担风险责任，没有一定的约束机制，因而大大激发了告贷者争投资、争贷款的热情，即科尔内所揭示的“投资饥渴症”现象。

(三)贷款环境是形成告贷者行为观念的重要因素

例如，日本式的贷款行为与美国式的贷款行为在思想观念上的差异同它们在贷款投资环境上的差异有很大关系。美国人所经营的企业资金来源主要是靠私人集资、股票市场，只有一小部分是通过银行贷款取得的，资金来源的不稳定性，造成美国人的贷款行为动机侧重于近期利润和资金利润率；而在日本，开办企业的主要资金来源是由政府支持的银行提供，相对稳定的资金来源形成日本企业的贷款行为动机重在长远利益，贷款行为显得相对稳定和具有连续性。

二、影响贷款行为的主要环境

影响贷款行为的环境因素很多。但是，不同的环境因素对贷款行为影响程度不同，其中有起主要作用的，也有不产生影响效果的，下面我们就影响贷款行为的几个主要环境因素进行分析。

(一)政策环境

政策是贷款行为的准则，是国家调节信贷活动的重要手段。政策的贯彻实施，常常会给告贷者心理带来刺激或压力，这种刺激或压力的结果使人感到鼓舞、满意或愤怒、焦虑等，并通过一定的行为方式表现出来。法国学者笛卡尔把这种心理作用称之为刺激一反映(S—R)形式。1985年以来，我国实行了几次经济全面紧缩政策，这些政策的实施，对控制人们“过旺”的贷款行为，抑制基本建设“投资热”等起到了积极有效的作用。同时，也给许多告贷者带来了忧虑、紧张的心理，资金叫紧的呼声此起彼

伏，反映在行为上，由于告贷者担心借不到贷款，会影响企业正常生产经营，因而贷款到期不归还银行，宁愿承担贷款利息；还有的告贷者一方面在银行帐面上保留大量存款，另一方面又继续向银行借款，人为地造成资金紧张气氛。

在一定时期内，国家为了调整各项经济关系，落实总目标，都要制定一些相应的政策，如金融政策、财政政策、价格政策等。这一系列的政策就构成了政策环境。政策环境的作用是对告贷者可能的行为施加刺激和约束，鼓励做什么，或不允许做什么，把政府的意志偏好直接施加于告贷者，同时，改变告贷者的偏好，使告贷者做出与国家所期望的决策和行为。

（二）法制环境

法律规范对一切人都具有强制的约束力。它具体规定人们的行为什么是合法的，可以去做；什么是非法的，禁止去做。也就是以权利和义务的形式固定下来，不许违犯。信贷是社会经济活动的一项重要内容，它对社会经济稳定性具有很大的影响，为了规范信贷行为与各方面的关系，使贷款行为限于国家允许范围之内，国家先后制定了金融法律制度，并由此构成了贷款的法制环境。随着我国金融体制改革的不断深入，运用法律手段调节金融将会得到加强，法制环境也将进一步完善。

（三）市场环境

市场是告贷者进行生产经营活动必不可少的场所，也是影响和引导告贷者贷款行为的一个重要环境因素。市场的种类很多，如商品市场、金融市场、科技市场、劳动力市场，等等。作为告贷者，他除了关心企业的产品生产外，更多的注意力还是集中在市场上，而市场上任何一种与企业有关的变化，都会给告贷者心理产生不安和紧张，使之及时调整企业经营策略和行为。比如市场原材料价格上涨，告贷者就要作好准备，在材料涨价前多储

备，进而产生增加银行贷款的需要。

在市场环境中，金融市场对贷款行为的影响尤为重要。在金融市场上，资金形势变化、银行利率以及股票债券价格的涨跌等为告贷者所关注。一般说，金融市场环境变化有利于告贷者时，他的贷款行为积极性就高，从而要求增加贷款，这是因为金融市场能增加告贷者的兴趣、信心和带来利益。当金融市场环境变化不利于告贷者时，他的贷款行为就可能遇到障碍，因而告贷者就会失去信心、兴趣。一般说，告贷者筹借资金总是希望利率下降，这样可以减少资金成本。当金融市场资金价格提高时，告贷者会尽量压缩贷款。此外，如果对金融市场管制过于严格，约束较多，也会在告贷者心理上产生压抑情绪，不利于调动告贷者的积极性。

（四）舆论环境

舆论环境，心理学又称为公众意见。它是社会上大多数人对共同关心的事情，用富于感情色彩的语言所表达的态度、意见的集合。舆论所反映的，往往是人们的共同需要和愿望。

贷款行为的舆论环境有自上而下和自下而上两种方式。自上而下的舆论，主要是政府机关、银行通过报纸、电台、电视等传播媒介对当前经济和信贷工作的看法、态度；自下而上的舆论主要是社会群众和企业的议论。舆论环境通过对贷款行为的赞扬、鼓励、揭露、批评等，可以影响告贷者按舆论的要求改变原来的行为方向，或强化合理的行为。例如，有一段时期，少数行政机关筹借资金，成立所谓贸易“公司”、“中心”等，进行倒买倒卖活动。为此，舆论界进行了谴责和批评，使一些人自觉地改变自己原有的态度和行为。舆论环境是影响贷款行为的一种强大的社会力量。

第五节 贷款行为的心理诱导

加强信贷管理，提高资金效益，从某种意义上说，就是根据信贷资金运动规律和国家的方针政策，对贷款行为进行有效的诱导和控制，使贷款行为与国家经济发展目标保持一致，同时体现信贷管理原则，促进国民经济稳定协调发展，努力实现信贷资金的良性运行。

一、贷款行为合理化的判断

所谓贷款行为合理化，是指贷款行为在获得最大资金效益的同时，使宏观经济效益尽可能地得到增进。展开来说，这里包括两层意思。第一，贷款行为获得最大资金效益，即企业的贷款投入产出必须尽可能地符合边际收益等于边际成本的要求。如果贷款行为达到了这一要求，那么，从微观上看，贷款行为是合理的。第二，微观上合理的行为从宏观上看并不一定合理，因此，贷款行为在努力追求自身的微观合理化的同时，必须尽可能地增加宏观经济效益，至少不是损害宏观经济利益，不违背国家经济发展的方向政策，为此，告贷者做出任何贷款决策时，必须符合国家利益要求，必须体现国家经济政策方针，必须履行企业对社会应尽的经济责任和义务。如果达到了这些要求，那么，贷款行为就实现了宏观合理化。

贷款行为合理化是企业生产目的与银行贷款原则的有机统一。企业的生产目的是以最小耗费获得最大的经济效益。贷款

行为合理化要求与企业生产目的是一致的。同时，贷款行为合理化又体现了银行信贷的流动性、安全性、收益性原则。好的贷款经济效益为贷款安全提供了保障，增加了贷款资金的流动性，实现了银行的自身经济效益。

此外，判断贷款行为合理性还有一个合法问题。如果贷款行为违反了国家的法律和法令，那么，这样的贷款行为就是不合法的，不合法的行为又称为越轨行为，这是国家法律所不允许的，当然也就不应当视为合理的行为了。

以上是我们对贷款行为合理化这一概念的理解，是对贷款行为合理化的理想状况的描述和规定。在实践中，这种理想状况是不多的，我们考察贷款行为时，只能是看它是否比较合理。提出贷款行为合理化的意义就在于为我们诱导贷款行为提供目标依据。

二、贷款行为不合理的诸种现象

有计划的商品经济体制为贷款行为合理化创造了基本的制度环境。但是，由于目前处于改革初期，资金的"供给制"没有完全根除，旧的思想观念还在一定程度上支配着人们的行为。在银行信贷工作中，不合理的贷款行为仍相当普遍，主要表现在以下几方面。

（一）短期行为

在现行经济体制下，企业还没有成为一个完全独立的经济实体，企业领导由上级行政机关任命，企业的贡献大小在很大程度上取决于"产值"和"利税"的增长，加上一些企业承包租赁制度不完善，告贷者更替比较频繁和受各种相互攀比思想的支配，许多告贷者产生了急功近利的心理，告贷者的贷款动机具有追

求短期利益的倾向，因而往往多贷款、多投资，靠增加资金的简单办法来增加产值，追求速度，对企业的长远利益、投入效果和贷款收回则无暇顾及。这种行为的结果是产品不能销售出去，贷款不能按期收回或造成呆滞，企业缺乏生产后劲，还有的企业则用银行贷款上交利税和发放工资。

（二）政治偏好

在现阶段非经济因素竞争的条件下，一些告贷者不是以经济效益为目标和根据市场要求贷款，而是以政治偏好为标准，以社会机遇为条件，把一些政治原则滥用于属于经济范畴的贷款活动中。比如，有的地区片面强调保证经济增长速度，名曰：这是政治需要，经济必须服从政治。因此，在政治干预下，银行被迫贷款。还有的告贷者存在这样一种观念，社会主义企业不破产、不失业，企业有“天然的生存权”，企业没有资金，银行就该贷款支持，致使一些企业完全依靠银行贷款维持生存。

（三）盲目负债

经济体制改革并未彻底打破资金上的“大锅饭”，旧的习惯和观念仍然在起作用，许多企业认为，银行不会把企业逼上死路。在这种心理支配下，对待银行资金往往表现为宽打宽用，编制借款计划时“多多益善”，使用贷款时大手大脚；有时明知储备的物资不需用，也要求贷款；有的明知贷款效益难把握，贷款难收回，仍是一意孤行；有的建设项目脱离实际，也总是千方百计寻找种种借口“钓鱼”，盲目投资，一哄而起，等等。对借银行的贷款毫无压力、毫无风险感。

（四）“自有对策”

信贷政策原则是银行管理贷款的依据手段，也是对贷款行为的一种约束。但是，当信贷政策和原则与告贷者的利益愿望发生冲突时，可能出现两种情况，一种是正反应，即适应、调整、接

受;另一种是负反应,即抑制、消极、对抗等。"自有对策"行为是贷款行为中一种明显的负反应形式,如挪用贷款、套取贷款、拖欠贷款、转借贷款、行政干预贷款等,都是对贷款原则政策的不正常的反应。"自有对策"行为对于维护贷款正常运行、保证贷款安全会带来不利影响。

不合理贷款行为产生的原因是十分复杂的,来自于制度、文化、政治、历史、心理等许多方面,在这里,我们仅从心理学的角度来探讨不合理贷款行为发生的原因。

贷款行为是告贷者心理与外部环境相结合的结果。有什么样的心理活动,便有什么样的贷款行为。概括地说,产生不合理贷款行为的原因主要有两类:一是告贷者偏好的结构,二是企业外部环境。告贷者偏好结构是指告贷者政治的、经济的、社会的等方面因素构成的价值观念体系。企业外部环境则是企业所面临的政治、经济、社会等因素组成的多元大系统,是影响贷款行为的外部因素。在传统经济体制下,一切生产都服从于计划,企业只是政府部门的附属。政府的偏好结构实际上代表着企业的偏好结构。如追求高产值和高指标,过度追求企业政治化,缺乏市场观念和竞争感等,而长期运行的政府偏好结构现实同时又塑造了企业告贷者的偏好结构。比如,以总产值及其增长作为宏观评价标准,以及作为评价和奖惩企业实绩的标准时,就必然塑造出告贷者对产值增长速度的偏好,由此引发争贷款、争项目、争投资的贷款行为。随着经济体制改革的深入,实行了有计划的商品经济,在政府和企业偏好结构中出现了一些新的观念,如市场观念、竞争观念、利息观念等,但这些观念的影响是很微弱的。告贷者的偏好结构仍然带有传统偏好的惯性,加上企业机制不完善,市场体系没有建立起来,法制建设不健全等,由此造成的结果是:告贷者对新的外部环境消极反应,传统的偏好结构仍然

支配着贷款行为。另一方面,贷款行为的发生是一种"刺激——反应"的过程,即告贷者接受外在环境的"刺激",然后做出相应的"反应"。目前我国仍处于治理、改革之中,企业面临的环境在某些方面呈现为一定程度的紊乱,在这种紊乱状况的刺激下,告贷者做出的反应往往是不合理的。如在金融政策忽紧忽松的情况下,告贷者难以预料未来的形势,于是不论项目效益如何抢着上,贷款不问真正需要与否争着借。在银行利率缺乏弹性的条件下,经济效益一般的企业与经济效益好的企业一起争贷款,等等。

以上分析表明,告贷者偏好结构不合理是导致贷款行为不合理的内在主要因素,而外部环境的某种紊乱摩擦则是导致贷款行为不合理的外在原因。

三、贷款行为的心理诱导

银行对贷款行为的心理诱导,主要是强调分析告贷者的心理活动,也就是找出影响告贷者行为的内外因素,并采取相应方法适时进行诱导。贷款行为的心理诱导是现代银行信贷管理工作中的一种重要手段。结合本章对贷款行为的心理分析,我们可从以下几方面进行诱导。

(一)观念诱导

心理学认为,一个人的思想观念的任何改变,都会导致行为倾向的改变。我们日常所说的强化商品经济观念,淡化产品经济观念,其意义也就是通过观念的转变,促进经济的发展。目前,对贷款行为,首先要从观念上进行诱导,要破除告贷者思想上产品经济旧观念,同时建立一个适应现代金融经济发展的观念体系。

1. 树立投入产出观念。贷款行为是一种投入，投入就必须有产出，有一定的效益。贷款的意义就在于解决生产经营过程中的资金不足，促进经济正常运行，为国家社会创造更多的利润。

2. 树立风险观念。贷款行为的实质是一种信用活动。这种信用从一开始就包含着贷款无法收回的可能。也是说，任何贷款行为都必须承担一定的风险。现代金融经济的态度是：既要敢于负债、善于负债，又要防止盲目负债。在成功和失败两种可能之间进行理智地选择，真正把贷款用到风险小、收益好的产品和项目上，冒最小的风险，获得最大成功。

3. 树立利息观念。贷款必须按期归还，还要偿付一定利息，这是信贷资金的一个重要特征。目前许多告贷者对利率缺少应有的压力，贷款使用上宽打宽用、长期占用等。对此，银行应通过弹性利率等增加对告贷者行为的动力和压力，促进告贷者节约贷款使用、减少不合理占用、加速周转、不断提高贷款的使用效率。

（二）舆论宣传诱导

社会舆论是一种精神力量，也是一种对人们行为的心理诱导。借助舆论的力量对于积极地调整告贷者行为能起到重要作用。我们经常所说的“舆论倡导”、“舆论的压力”、“舆论的谴责”，就是这种作用。

舆论宣传的形式和传播手段，既包括报纸、广播、电视等，又包括人们所在的集体的评价和周围人们的议论。在对贷款行为诱导过程中，应当广泛而恰当地利用舆论宣传工具，指出贷款行为的方向，赞赏、鼓励和倡导符合国家经济政策、经济效益好的贷款行为。对于国家政策限制的贷款行为，违反贷款法规、原则和不讲经济效益的贷款行为应予斥责、揶揄和鞭挞，促使告贷者对自己的某些行为“内疚”、“羞愧”。通过舆论宣传还可以督促告

贷者自觉或不自觉地反省自己的思想行为，增强告贷者对自己行为的责任感，培养强烈的善恶观念，不断调节自己的贷款行为。正确的舆论宣传对贷款行为的诱导作用（错误的舆论宣传起反作用）有时往往强于法律、纪律和行政措施。

（三）法律诱导

法律诱导就是把银行信贷管理中比较成熟，比较稳定并带有规律性的原则、制度和办法等，用立法的形式固定下来，以国家政权的名义颁布实施，其重要意义，一是确保银行信贷的有关政策、制度和方针的贯彻执行；二是作为协调国民经济各部门经济关系的依据；三是规范贷款行为，并作为对有关违法行为进行法律制裁的依据。

用法律的方法诱导贷款行为，必须建立和完善必要的法律制度，银行信贷管理部门必须认真遵法、守法和执法，使之有法可依，违法必究。目前，我国已开始建立了一些重要的法规，如《中华人民共和国银行管理暂行条例》、《借款合同条例》等，但是，立法还很不完善。随着经济体制改革的不断深入，银行与信贷的法规、法律都将逐步完善，并对引导借款行为起到重要作用。

（四）市场诱导

传统的资金供应体制使企业的生产资金需要全部由银行包下来，这种体制养成了企业生产资金吃银行“大锅饭”的习惯。在这种习惯心理的支配下，告贷者不积极挖掘资金潜力，盲目贷款，要钱就找银行，仍然躺在银行身上“等、靠、要”。在深化经济体制改革的今天，如何医治这种“包”的心理？最重要的是打破资金供应的旧体制。银行是经营货币资金的特殊企业，与其他企业只是资金的借贷关系，银行有权选择企业和确定贷与不贷、贷多

贷少。在此同时，要继续完善和发展金融市场，增加筹集资金的多种渠道，增强告贷者的直接融资意识，通过消除告贷者吃银行"大锅饭"的习惯和建立金融市场，增强告贷者筹集资金的积极性和用好银行贷款的责任感，使贷款行为更为有效合理。

(五)政策诱导

所谓政策是国家为指导和影响社会经济各方面所规定的行为准则和措施。它表达了政府的愿望和要求，是政府部门调节社会经济的重要手段。在信贷工作实践中，一项政策的制定、实施和改变，对告贷者会产生外向和内向两种作用。外向作用是指政策的制定和执行，通过波及、振荡和传递，影响和刺激告贷者，进而引起告贷者的反应、模仿或抵触行为。内向作用是指告贷者在执行政策时所获得的利益和需要满足的程度，从而调动(或挫伤)告贷者的积极性。政策诱导就是通过外向作用和内向作用的影响，调节告贷者的行为。例如，利率是金融管理工作中的一项重要政策，它的主要功能之一就是刺激或抑制贷款行为，当国家鼓励某种贷款行为时，通过降低利率，减少资金成本，从而刺激告贷者，并导向国家支持的方面。反之，当国家限制某种贷款行为时，则提高利率，增加资金成本，使告贷者无利可图而自觉减少贷款行为。利率政策的诱导基础是价值规律正常地发挥作用。

目前，政策体系中对告贷者有较大影响的政策主要有产业政策、信贷政策、货币政策、利率政策、价格政策等，但是，在政策运用上还需要进一步完善，有些政策变化过于频繁，或"一刀切"、"急刹车"，给告贷者带来恐惧、紧张、不安的心理。因此，需要加强对政策的研究，完善政策体系，努力实现政策的科学化、民主化、程序化，使政策成为国家引导信贷行为的有效手段之一。

第六节 信贷员的心理品质

在本章前几节中，我们围绕贷款研究分析了客体对象的贷款需要、动机行为以及与其相联系的外部因素。但是，贷款活动是双方面的，既有告贷者，也有放款者。在我国，各专业银行都开办了信贷业务，具体操作的是管理信贷的信贷员。为了能全面反映心理活动在贷款中的作用，切实加强贷款管理，下面我们将着重研究贷款的主体——信贷员的心理品质。

在我国现阶段，贷款的发放主要通过信贷员的技术性工作和服务性工作，以及在他们与告贷者的双向沟通中得以实现。信贷员的这种具有特殊性的工作，是整个贷款活动的关键环节，无论金融管理现代化程度有多高的水平，都离不开信贷员的工作。因此，要进一步提高贷款质量，更好地发挥银行信贷在国民经济中的杠杆作用，最重要的一点就是要不断提高信贷员的工作质量和工作效率。

信贷员的主要工作是把金融政策和贷款原则体现到贷款工作中去，在大量调查分析的基础上放好每一笔贷款。因而信贷员这一特殊的工作，要求信贷员必须具备一定的心理品质，也就是信贷员的品德修养、业务技能、个性特征等。信贷员的心理品质是信贷员提高工作质量和工作效率的基础和保证。品质的含义就包括了技能、能力的意思。所以探索信贷员的内在因素，掌握信贷员行为差异的心理基础，积极培养和提高信贷员的心理品质，促进贷款质量提高，对于做好现代金融条件下的信贷工作是十分必要的。

一、信贷员的情感品质

情感是人对客观现实的一种特殊反映形式，是对现实中的事物和现象是否符合其愿望、需要、信念而产生的态度的体验。简单说，情感就是对某一事物的一种好恶的倾向。信贷员的情感品质，就是信贷员对信贷这一活动以及与其相联系的事物态度的体验。例如，是否热爱信贷工作，是否关心和支持企业的生产经营等。信贷员不同的情感，都会在行动中表现出来，或行为积极，或行为消极。情感丰富是心理活动高度发展与多方面发展的必要条件，强烈而深刻的情感，可以推动信贷员积极地从事本职工作，努力提高工作质量和工作效率。

事业心是信贷员情感的重要方面，也是优秀信贷员的必备条件。信贷员这种高级情感的深刻与稳定，是驱使信贷员刻苦钻研专业技术，认真搞好信贷调查和努力提高信贷质量的内在动力，也是保证信贷员热情为企业生产经营服务的精神支柱。

责任感是信贷员对国家资产，对企业及社会所负的道德责任的情感，在维护国家信贷资金安全，提高信贷资金效益的工作上起到重要作用。责任感激发信贷员加强对企业的经济活动分析，坚持信贷原则、信贷政策，认真负责地放好每一笔贷款，促使信贷员对自己所承担的工作高度负责。

服务精神是信贷员努力提高信贷资金效率的一个重要心理品质。在信贷活动中，信贷员应热情地关心和帮助企业发展生产，为企业排忧解难，通过提供经济信息，帮助企业进行生产经营诊断，以必要的资金支持来为企业服务。信贷员的这种情感在思想行动中表现的程度越深，就越能产生更好的工作效果。

二、信贷员的意志品质

意志是人们自觉地确定目的、支配行为、克服困难以实现预定目的的心理过程。在贷款活动中，信贷员由于主观因素或客观因素引起的心理背景变换，其心理冲突是经常发生的。要正确解决各种心理冲突，防止产生偏差，往往有赖于信贷员坚强的意志品质。

个人所形成的意志特点，称为意志品质。信贷员坚强的意志品质，在他们的意志活动过程中，主要有如下反映。

（一）自觉地执行国家政策、规定

信贷员在贷款审查、决策及监督管理活动中，要求正确地把握住党的政策原则的要求，自觉地把党的政策、原则贯彻到整个贷款工作中去。政策和原则是保证贷款正常运行的依据，而政策原则的贯彻实施主要通过信贷员来进行。不言而喻，信贷员能否自觉而又完整地执行国家政策、信贷原则，对于保证信贷质量，发挥贷款作用是何等重要，信贷员的这种自觉性的心理品质的意义也就在于此。

（二）遵纪守法、廉洁奉公

一名信贷员能否严格遵纪守法，是衡量他意志品质、思想觉悟高低的重要标志。一名具有高尚品质的信贷员，应当自觉地抑制个人的任意行为，而毫无怨言地服从组织纪律的约束，在工作中按规章制度办事，能自觉抵制各种不正之风的侵蚀，反对以贷谋私，不为偏离其行为目的主体杂念而所动摇。

（三）具有决定行为的果断性

果断性是指个体在分析判断问题及迅速决策活动中的一种心理特征，是人的一种重要气质和性格。果断性的品质，表现在

主体对于客体问题不轻率地进行决定或优柔寡断，而是通过深入调查、科学分析，根据事物的发展，适时地做出决定。

信贷员的主要任务是通过调查分析企业生产经营活动，对贷款进行决策监督，但是，企业生产经营受市场环境影响，随时出现新的情况是不可避免的。在这种情况下，信贷员一旦弄清情况、认准目标，就应敢于承担风险，在权限许可范围下毫不犹豫地采取行动。信贷员的果断性，是提高工作质量的意志品质的保证，如果信贷员没有这种果断性品质，遇事拖拖拉拉、踌躇不前，或草率从事、患得患失，就会给信贷资金带来更大的风险，甚至造成损失，或延误了企业获取更大效果的时机。

三、信贷员的能力品质

能力是指人顺利完成某项活动的心理特征，即完成一定活动的本领。一名优秀的信贷员，必须在信贷活动的实践中，不断掌握知识和各种技能，才能有效地提高信贷管理质量和工作效率。从信贷员的工作特点来看，信贷员应基本具备以下几种能力。

(一)逻辑思维能力

信贷员对告贷者的思想行为和企业生产经营活动分析认识，应当思维清晰、逻辑性强，能提出问题，阐述建议明确而不含糊，不左右摇摆，思想上不混乱，对每一笔贷款为什么可以贷出去，为什么不能贷，信贷员心里都有一个严谨的逻辑思维过程。

(二)分析判断能力

分析判断能力，它要求信贷员根据企业生产经营变化和市场的新情况，准确地推测和预见贷款运行中的风险和结局。分析判断能力是贷款决策和监督管理的基础，是信贷员保证信贷质

量的重要能力品质。信贷员的分析判断应当具有广度、深度、综合性、灵活性,有相当的发展水平,只有这样,才能保证信贷员完成复杂而艰巨的信贷管理工作。

(三)社会活动能力

信贷工作不仅仅是告贷者与银行的简单交往,它牵涉到经济领域的许多部门,信贷员的这一工作特点,要求信贷员在工作中既要善于处理好与企业的关系,又要广泛地接触各部门和各种各样的人,在交往中建立良好的关系,沟通协调,收集信息,不断开创信贷工作新局面。

(四)信贷决策能力

信贷决策就是在大量分析判断的基础上对信贷资金活动进行"拍板",信贷员对自身决策范围的问题,应当善于决策、大胆决策。对于集体决策或送领导决策的问题,信贷员应主动提建议、出主意,做好决策参谋。

(五)宣传鼓动能力

宣传鼓动能力,主要指语言、文字的表达能力和谈话中的说服技巧。信贷员在制订计划、起草报告和总结经验中,要求文章观点明确、论述充分、结构严谨、条理清楚。与他人交谈时,语言生动简练、逻辑性强,能抓住重点,清楚地表达自己的意见和看法,循循善诱,有力地说服对方。信贷员的这种宣传鼓动能力,是做好信贷工作最基本的能力品质。

第六章 银行利率的心理研究

货币信用行为是整个金融经济的基础，而利率则是货币信用行为的调节器。任何信用活动的最终目的，都是为了追逐效益（包括利息收入）。那么，利息水平的高低，自然也是每个参与金融经济活动主体所关切的问题。它的变动必然引起主体的种种反应，进而影响金融活动。利率作为金融行为的调节器，作为金融心理的一种刺激，是我们研究金融心理问题时所必须予以充分重视的问题。

在前面几章分析货币资金心理时，我们对利率与心理问题已有涉及。在这一章中，我们将根据心理学的基础理论，在货币信用学的基础上专门研究利率的心理功能、利率变动对人们的心理影响，以及制定利率政策的心理策略等问题。

第一节 关于利率与心理问题的概述

利息是在信用的基础上产生的一个经济范畴，是货币信用理论中的一个重要课题，为众多的金融学家所重视。对于利息的解释多种多样。在西方经济学中，对利息的解释大致有三种。一种是非货币性利息理论，包括节欲说、忍耐说、对内偏好论；另一种是货币性利息理论，主要是“流动性偏好理论”；还有一种是综合理论，即可贷资金论，主要是“借贷资金论”。从上述三种利息

理论看，无论是哪一种理论，都从心理学的角度对利息问题进行了研究，特别是非货币利息理论对利息与人的心理关系作了深刻的论述。下面我们将这三种理论对利息与人的心理问题研究作一简单介绍。

一、非货币性利息理论

非货币性利息理论认为，利息是人们放弃现期消费的报酬。古典学派的重要代表奥国的贲巴古提出了利息率存在的著名的三大理由：其一，为现在与未来的心理和实际上的差别（例如目前的急需）；其二，为人们对未来估计不足（例如缺乏远见和意志力）；其三，为目前的商品在技术上较未来的商品优越（意即资本财富具有内在的生产率）。在此情况下，未来的商品或资金如转化为目前的商品或资金，便不免经历一种贴水或折扣的过程，以货币形态表示，这种贴水或折扣便是利率的根源。

费雪将这种理论进一步演绎，他从供求方面来分析利率的形成和决定。在所得或资金的供应方面，一个决定性因素是心理自愿储蓄，或自愿延迟消费的倾向，这一倾向的强弱取决于人们的“时间偏好”的程度，即偏爱目前享受的程度。“时间偏好”分为三种情况，当人们偏好现时财富时，时间偏好为正；当人们偏好未来的财富时，时间偏好为负；如既不偏好现时，也不偏好未来，则时间偏好为零。时间偏好论认为，一般来讲，多数人的时间偏好为正值，即偏好现实消费。因此，必须对人们放弃现实消费支付报酬，才能增加人们的储蓄。另一方面，从所得或资金需要而论，取决定性因素的是投资机会，或对收益的估计。

二、货币性利息理论

货币性利息理论认为利息率取决于货币的供给和需求。从供给方面看，货币供应量是由中央银行决定的，一般讲，是一个比较稳定的量。从需求来看，主要取决于人们的“流动性偏好”。流动性偏好是人们的一种心理活动，是指人们愿意以货币形态保有手中的资产，因为货币比其他资产形态（如有价证券及实物等）具有更大的流动性。人们持有流动性的动机有三个：一是交易动机；二是谨慎动机；三是投机动机。前两种动机对利率的变动不敏感。投机所需现金量成为灵活偏好的最值得关注的动机。

货币持有量与利率之间的对应关系，可以编成一个灵活偏好图，如图 6—1 所示。

图 6—1　灵活偏好图

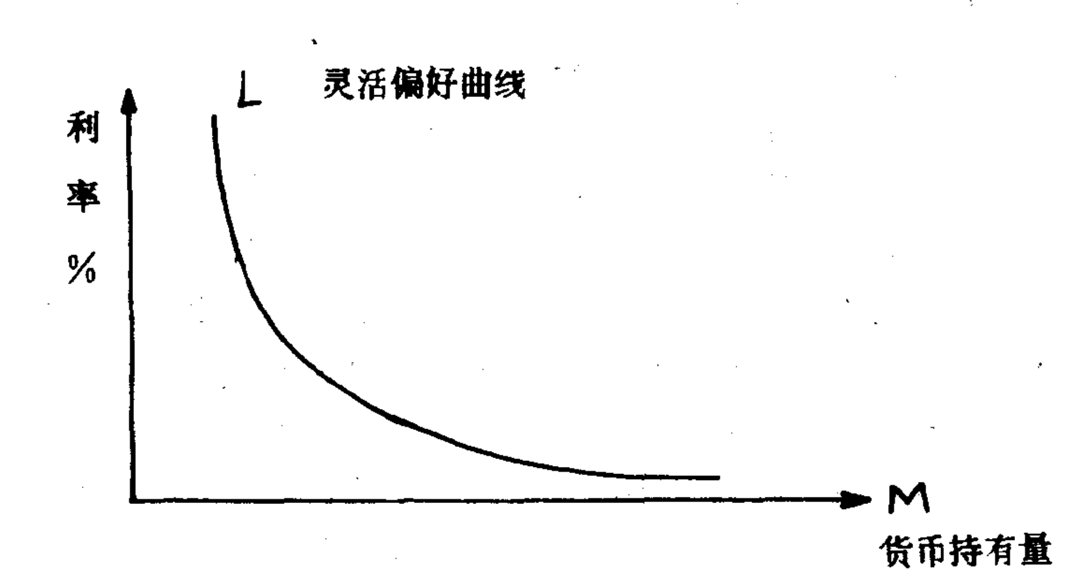


图 6—1 说明，利率越高，人们对货币持有量就越少；利率

越低，对货币持有量就越多。换言之，利率高昂时，人们的流动性偏好率就降低；利率低落时，人们的流动性偏好率就增高。从这个意义上说，利息是人们在一定时期放弃灵活偏好的报酬。

但是，在货币数量大量增加的情况下，上述的对应关系不一定存在。货币数量大量增加，使货币持有者有一种不安全感，即使利率不变，人们也会大量增加货币持有量，哪怕利率是上升的，也会触发大批人加强对灵活的偏好。

三、可贷资金论

可贷资金论者既不同意非货币性利息理论完全忽视货币因素的观点，也不同意货币性利息理论，完全否认非货币因素（如忍欲、节制）的观点，它力图将这两派理论综合起来，成为一种新的利息理论。可贷资金论关于利息率决定的分析，最有代表性的是希克斯—汉森模型（IS—LM 曲线），由于这一模型与我们所研究的目标联系不多，加之一般关于西方经济学的教科书中多有论述，这里就不再赘言。

以上三种利息理论分别从不同的角度对利息和利息决定因素进行了分析，其中都提出了人的心理因素的影响，如节欲、忍耐、时间偏好、流动性偏好等，这种分析不能说没有一定道理。至于利息的本质，马克思则作了深刻阐述。马克思认为，利息就是作为借款人的职能资本家支付给货币资金所有者或贷出者的一部分利润，是剩余价值的一种特殊转化形态。而利息率是借贷双方同意的作为一年内或任意一个或长或短的时期内利用一个定额货币资本的代价来接受借款或贷款的比例金额。利润是利息的来源。因此，马克思认为，“利息是由利润调节的，确

切些说，是由一般利润调节的。”① 马克思还指出，利息率的最高界限是平均利润率，否则没人愿意从事生产活动，都把货币贷给别人，自己坐吃利息。但利息又不能小于零，那样谁也不愿意把货币借给别人。至于具体利率的决定，则主要取决于供求关系的变动。

我们上面所讨论的利息和利息率是理论上的概念，它不等于实际的利息率。而实际市场利息率的决定，还必须考虑不同的借款方式、风险程度、期限长短、借款者信誉、经济形势变化趋势等各种因素。

第二节　利率的心理功能

研究银行利率的心理，主要是研究资金信用双方在利率问题上的心理现象，其目的在于制订资金利率时，懂得利率如何才能适应借贷者的心理要求，如何才能在心理上为筹资者（和专业银行）所承受，从而达到调节经济、稳定货币、提高资金效益的目的。

利率心理是银行客户心理的一个组成部分。它是资金价格这一客体现实在银行客户的主体中的反应。由于借贷者对利率与风险、利率与盈利、利率与时间的知觉程度，以及利率观念不同，因而形成的利率心理也不同。在银行储蓄存款中，有些储户存钱动机之一是为了取得利息收入，储蓄利率高低对其影响很大；而有的储户存钱动机是为了安全，因而他对利率变化的敏感

① 马克思：《资本论》第3卷，人民出版社1975年版，第403页。

性就较差。在银行贷款中，对善于负债、敢于负债的告贷者，利率较高，但其心理上也乐于接受；而有的人认为，利率是一种巨大负担，心理承受力弱，因而影响他的告贷行为。

可见，利率有其一般的心理功能，在一定程度上影响了客户的存贷行为。利率的心理功能主要有以下几点。

一、衡量当期货币价值的功能

利率是资金的“价格”，利息是平均利润的一部分。利率水平变化主要取决于平均利润率，当利润率一定时，利率又受供求关系等因素的影响。

在货币作为交换媒介的商品经济中，人们要保持收支平衡，即有多少收入安排多少支出。不言而喻，这种情况在现代人们生活中是很难做到的。除此之外，有两种模式可供人们选择，一种是侧重 于当前消费(包括生产性消费)，即当期的支出大于当期的收入，这就需要有借入的资金；另一种是侧重于未来消费，即当期支出小于当期的收入，这样他就有资金闲置。

选择哪一种收支模式，金融心理学认为，最重要的是受制于一种价值观念的支配。这种价值观念虽然受传统文化、习惯以及经济状况的影响，同时也是对利率的一种反应。通过利率，人们就可以衡量货币价值的大小，是采取收大于支的模式能获得最大的效益满足呢，还是相反，采取支大于收的模式最为合算。利率是资金的“价格”，也是资金的成本。那些借入资金的人当然要支付一些利息，但是如果他感到自己利用借入资金所获得的远期收入或总的效用满足大于利息成本时，他就乐于借入资金，这时利率才成为他心里的货币价值。那些有资金闲置的人则认为借出资金所获得的利息收入足以弥补自己因推迟消费而带来的

损失或灵活偏好的代价，因此，他的总效用满足水平就提高了，他认为借出（储蓄）的资金利率才是正确的估价。

二、稳定物价的功能

利率在稳定物价中所发挥的心理功能作用，是通过人们的预期、经验来实现的。

银行提高利率能够在人们心中引起联想，这种联想通常来源于过去的经验。在西方一些国家，银行提高利率，固然同通货膨胀、物价上涨和利息的一部分需要用于抵补信贷资金不断贬值有关，但就政府主动提高银行利率来说，则是为了实现一种经济政策。事实上，许多国家一直把提高银行贷款利率作为克服通货膨胀、物价上涨现象的主要措施。所以，当中央银行宣布提高再贴现率（贷款利率）时，人们就会联想到流通中的货币将会减少，物价上涨的劲头可能变弱，因此，就会停止提取存款、抢购商品等行为，使通货膨胀、物价上涨现象趋于缓和。

银行利率正常发挥其功能作用的前提条件是人们对金融政策的信任感和安全感。当利率提高到一个水准以后，人们根据过去的经验和对未来金融政策、政治形势的推测。如果觉得不安全和失去对金融政策的信任，这时，银行利率便失去了稳定物价的功能。银行发挥利率作用，不能随心所欲。银行要使利率功能凑效，必须适应人们心理，并增强人们对金融政策的信心。

三、筹集资金的功能

在现代经济理论中，认为储蓄是收入的函数，然而，利率在

吸收储蓄存款中的心理功能还是很大的。人们之所以能放弃手中周转灵活的货币，存放到银行，是利率在发挥作用，否则，人们就不会放弃灵活偏好。人们常说，时间就是金钱。掌握了货币就等于掌握了一个增殖额。这个增殖额可以通过储蓄取得利息的形式获得。储蓄与利率之间存在着一种函数关系，这个函数就是人们愿意放弃货币灵活偏好的心理倾向。利率上升时，表示保持货币周转灵活所失去的增加额大，因而愿意保持更多的储蓄，反之亦然。

四、刺激或抑制信贷资金需求的功能

从利率与需求关系一般理论看，利率的变动会影响需求的变动。在其他条件不变的情况下，当利率水平上升时，信贷资金总需求会减少；当利率水平下降时，信贷资金总需求会增加。利率对信贷资金需求的影响，实质上也是通过人们的利率心理活动引起的。

“企业主收入率就不是由工资决定，而是由利息率决定，企业收入率的高低与利息率成反比。”① 作为一个告贷者，其借款的主要动机是为了收益，收益诱发了告贷者的贷款需要，然而，利息是告贷者利润的一部分，当利率提高时，必然使告贷者未来的收益降低，使贷款者对贷款的兴趣减小，进而抑制其对贷款的需求。当利率提高到一定程度，借款者显然要重新预期其经营收益，如果他的经营活动获利降低或亏本，那么，就要减少他的借款数量，甚至收缩生产规模，任何一个借款者都不会借款去做亏本的买卖。反之，当利率降低时，企业生产经营利润就会提高，丰

① 马克思：《资本论》第三卷，人民出版社 1975 年版，第 426 页。

厚的利润给投资者带来极大的兴趣和刺激，贷款需求随之扩张。

五、促进借款者节约资金使用

利息是借款者生产经营利润的一部分，对于借款者来说，他总是希望少付利息，多赚利润。因此，利率就成为借款者借好贷款、用好贷款的巨大动力和压力。

借款者付给银行的利息主要取决于贷款数量、期限和利率三个因素。在利率一定的情况下，贷款者为了减轻利息的压力，必须在贷款数量和期限上精打细算。贷款多少应当是生产经营必需的。盲目贷款、多贷少用，不仅要增加利息，而且还会影响未来还款能力。贷款期限不应过长，特别是在复利计息的条件下，利上滚利，会加大付息的负担。因此，利息作为告贷者借好贷款、用好贷款的一种压力和动力，可以促使告贷者增强价值观念，加强经济核算，节约资金使用，加速资金周转，以少量的贷款创造更多的财富。

六、自我意识比拟的功能

利率作用在于调节经济、促进信用的发展。但是，从利率心理的角度来看，它还有另外一种作用，这就是人们对利率的自我意识比拟的心理作用。也就是说，利率不仅具有衡量货币价格，即决定于平均利率的意义，还有心理价值的意义。

利率这种自我意识比拟的心理功能，其原因在于当事人的心理活动中，通过联想与想象，把利率与个人愿望、情感、态度、个性心理特征结合起来，通过这种比拟来满足心理上的要求或

欲望，这种比拟的内容是多方面的，一般有与市场物价的比拟，与贷款需要愿望的比拟，有与投资风险的比拟，有与资金供求状况的比拟。例如，参加银行储蓄存款者，它会将利率与市场物价进行比拟，如果利率高于物价上涨率，他心理上就会感到不吃亏，因而获得心理上的满足。但是，有的人认为，参加储蓄获取利息是小人、不道德，“君子喻于义，小人喻于利”，所以，对利率变化和利息多少不屑一顾。向银行借款的告贷者，贷款之前会把利率与贷款需要缓急进行比较，人们对贷款需要越现实，他们的贷款意愿也就越强烈，而且乐意为此多付利息。因此，当一家企业面临倒闭，需要资金来维持时，即使要付出较高的利息，权衡之下，他为取得贷款而满意，不会因多付了利息而丧气。还有，在资金供应紧张情况下，事先借一笔贷款存到银行，以备将来需要，虽然要花费一笔钱支付利息，但他获得了心理上的安全感。事实上这是一种货币价值与风险的比拟。

利率的这一心理功能，与当事人本身的气质、性格、兴趣、动机等个性特征以及观念、态度等有关。因此，其具体表现是因人而异的。人们把利率作自我意识的比拟，可能是有意识地进行，也可能是无意识地进行，但共同点都是从社会生活出发，重视利率的社会价值意义。

当然，要使利率有效地发挥以上六个功能作用，还必须具备一个基础条件，这就是：商品货币关系充分发展，市场经济条件完善，有一个经济主体的独立权益受到高度尊重的社会经济制度。假若情况不是这样，比方说，在一个经济主体的独立权益不被承认、资金实行统收统配统管的经济体制下，即使存在利率这一手段，但是这种手段实际上是很难充分发挥作用的。问题很明显，如果利率根本对经济当事人的本身经济利益不发生影响，那么，管理金融活动的机构就不会重视灵活运用利率这一手段，借

款人也不会自觉地抑制不合理的货币资金需要，节约资金占用，避免资金的积压和浪费。因此，可以这样认为，经济主体的独立权益受尊重的程度是利率发挥功能作用的根本前提条件。

第三节　利率引发的心理反馈

利率的心理反馈是人们在货币信用活动中对利率认识的一种心理现象，它反映了利率刺激与心理反应的过程。研究利率的心理反馈，有助于我们深入地认识利率调节货币信用行为的作用。人们对利率引发的心理反馈与心理功能难以严格地区分，两者互相联系、互相促进。因此，要研究制定一项有效的利率政策措施，充分发挥利率的心理功能，还必须认识利率问题上经常发生的心理现象，了解对利率的心理反馈。下面我们对几种常见的心理反馈从微观上进行讨论。

一、利率的感受性

利率的感受性是指人们对银行利率的感觉程度。利率在平均利润率与零之间，是高还是低，都是相对来说的。人们的心理活动对利率高低的感觉有一定影响，感觉程度不同，判断的结果也有差异。

一般说，人们对利率感觉“高”与“低”的判断，除了考虑利率决定的基本因素之外（主要是平均利润率），还要参照利率背景，如收入水平、需求、偏好、预期等进行判断，但是人们的判断知觉常常会出现错觉，因而对利率高低判断，也会大相径庭。

错觉几乎是人们所共有的一种心理现象，例如垂直水平错觉，见图 6—2—1：

图 6—2—1 垂直水平错觉

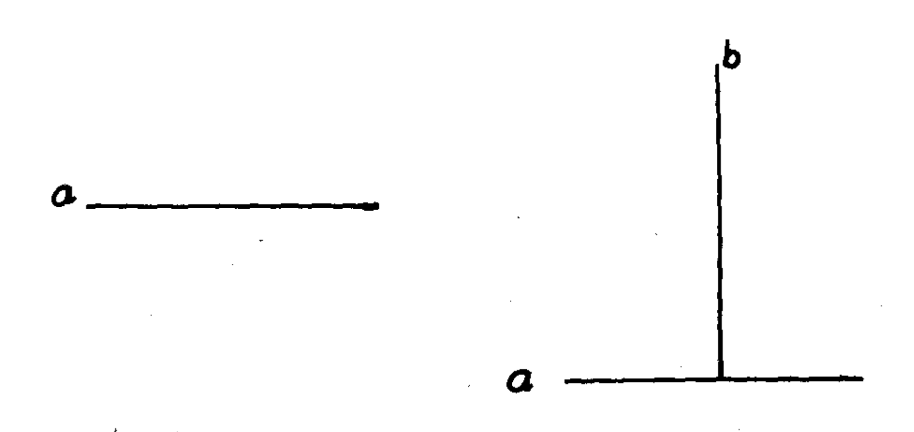
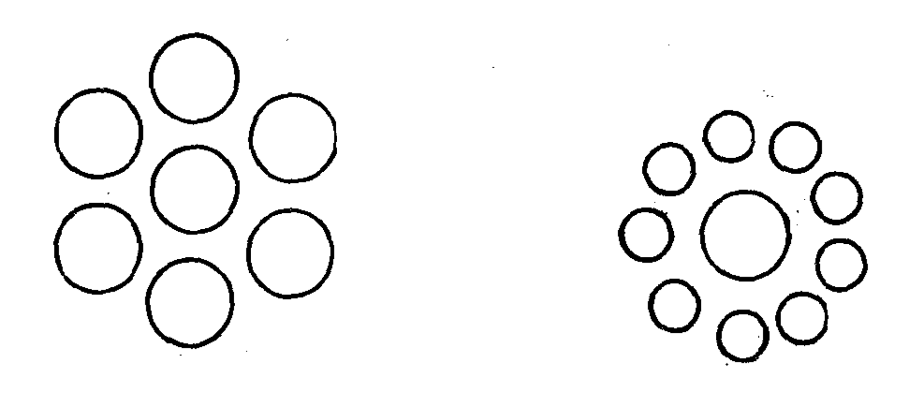


图 6—2—2 对比错觉



尽管垂直线与水平线相等，但多数人会把垂直线(b)看得比等长的水平线(a)要长；对比错觉(见图 6—2—2)，本来直径相等的两个圆圈由于周围陪衬不同，显得大小不等，人们总感到大圆圈中的圆比小圆圈中的圆小。其次还有空间定位错觉，如乘坐火车时，当火车向前行驶时，乘客常常感觉不是火车在走，而是路旁的树在向后移。另外还有一种心理状态下导致思维推理错

误而引起的错觉，如惶恐不安时的“杯弓蛇影”，惊慌失措时的“草木皆兵”等。

利率错觉大都是在知觉对象的客观条件有了一定变化的情形下产生的，其中受背景刺激因素的影响较大。也就是说，由于前后左右的参照系不同，而显得利率高低不同。1988 年，国家针对物价上涨情况，为稳定储蓄存款，实行了保值储蓄，但不少人认为保值率偏低，对保值不可信。形成这种看法，主要是因为他们在认识物价上涨这个客观事物时，知觉发生了扭曲，产生了错觉。在他们心理上，总是将保值率与自己感觉物价上涨最快、记忆最深刻的某几种物价变化进行比较，而国家确定保值率是根据 30 多种主要商品价格和现行利率计算的。显然，用前面的那种方法进行比较自然会感到保值率太低。就贷款利率知觉来说，由于人们对贷款需要的紧迫程度不同，也往往会产生贷款利率错觉，如一家高税利的企业急需生产资金时，他会毫不犹豫地向银行贷款，而决不会认为银行利率太高而不贷款。他的这种利率判断与一般企业的利率判断结果就有差异。

在现实生活中还常常会出现这种情况，同样的储蓄利率，在价格稳定时期，公众会认为利率比较恰当，刺激人们储蓄。而在价格不稳定时期，则公众会认为利率太低，由此影响公众的储蓄行为。这些都是由于公众对利率感受不同而产生的利率心理。

二、利率的敏感性

所谓利率的敏感性，是指人们对银行利率政策及利率变化的反应程度。利率作为调节经济的杠杆，它在人们心里的反应情形是不一样的。在我国经济体制改革之前，由于受左倾思想的影响，利率机制僵化，利率是“又低又稳”，经过长期的这种

无刺激的利率影响，使人们对利率反应呆滞，甚至难以认识到利率的作用。一是存款者追求利息行为淡化；二是告贷者不问利率高低，贷款越多越好，花利息不心痛。随着利率体制的改革发展，利率作用不断发挥出来。在经济和金融改革大潮冲击下，人们的利息观念开始得到强化，对利率的反应趋于敏感。在调查中发现，大多数存款者开始注意了解利率的变动情况，抓住时机把钱存入利率高的储蓄类别上，或选择购买金融债券、股票等。利率的敏感性与人们自身的利益是紧密联系的。如，没有参加储蓄存款的人，对储蓄存款利率变动几乎没有多大反应，其利率的敏感性也就差，因为利率调整没有影响到他的利益关系。目前，我国多数企业贷款利率敏感性不强，其根本原因是利率的变动很少影响企业的利益，企业贷款利息进入成本，在一定的利润率下，银行提高贷款利率，企业增加生产成本，提高产品价格，把利息转嫁给消费者。于是，企业对银行贷款利率变动很难引起震动。

如何提高利率敏感性，更有效地发挥利率的杠杆作用？从我国的现实看，应重点在以下三方面进行改革完善。一是使企业真正成为相对独立的经济实体，成为自主经营、自负盈亏的生产者和经营者。利息支出必须在企业利润中开支。贷款使用情况要与企业职工利益挂钩，使利息成为企业改善经营管理的内在动力和压力。二是保持合理的利率总水平。存款利率过低，不足以引起存款者的兴趣，会降低存款者的积极性；贷款利率过低，企业利息负担太少，无关痛痒。当然，利率过高，银行和企业难以承受。三是保持利率结构基本合理，利率政策对支持什么、限制什么应有所体现，银行应根据行业、企业的经营状况，风险大小，贷款性质，贷款期限等不同，实行浮动利率、优惠利率、差别利率、惩罚利率等多种形式，执行中要区别对

待，灵活运用。

三、利率的习惯性

确定利率虽然有其一定的依据和计算方法，但是作为银行受信人，大多数都不一定很清楚资金价格是怎样变动的，特别是长期以来我国对利率的作用缺乏足够的认识，利息观念淡薄，利率机制僵硬，利率变动不反映经济运行。在这种背景下，人们对银行利率的认识，只是从长期的存贷活动中逐步体验，并形成了对各种存款、贷款利率的习惯性。

心理学告诉我们，由于人的神经系统是一个以许多感官为起点到肌肉、腺体或其他终点的神经网络构成的组织。如果神经流反复通过一条经路之后，其留下的痕迹就逐渐加深，变得越来越易通过，由此形成习惯。所以，经常到银行储蓄或借款的人，对哪种储蓄（贷款）利率是多少？哪种储蓄（贷款）利率比另一种储蓄（贷款）利率高等，均比较敏感，容易在存贷活动中形成一种惯性。由于人们对某种存款、贷款利率习惯了，就易于接受，因而也就认为是正常的、合理的。例如，我国长期以来实行的是低利率政策，活期储蓄是1．5‰，流动资金贷款是6．75‰，但是，经过长期的体验，也就形成了一种习惯，为人们接受，认为这是合理、正常的利率（这里剔除市场物价上涨的影响）。又如，民间借贷利率比较高，往往高出银行同期利率的几倍，但是人们经过长期的体验，也就形成了一种习惯、乐于接受。

利率的习惯性心理对银行信用受授人的存贷行为有重要影响。人们往往从习惯利率中去联想和对比利率的高低涨落，以及货币价值的差异。同时，在已经形成的习惯利率基础上，对利率

都有一个上限和下限的概念。如果贷款利率超过上限，则认为太高，告贷者不易接受；如果储蓄存款利率低于下限，则会认为太低，影响储蓄存款。

利率的习惯不是固定的，许多利率都经历过从不习惯到习惯的过程。因此，我们可以通过制定合理正常的利率，培养人们正常的利率习惯，同时，调整利率也不宜大起大落。

第四节 影响利率的心理因素

特定的经济金融环境，铸成了人们特定的利息观念和社会心理，而利息观念、社会心理又制约着利率机制的运行，这两者相互影响、相互制约。在本节中，我们接着上一节讨论的利率与心理的关系问题，对影响利率的心理因素继续进行分析。

一、利息观念

在我们这块古老的国土上，人们对利息的认识，也并不陌生。对它的存在历来是深恶痛绝的，给它的定义也颇为形象而又十分准确。农村中的广大农民赠给它的恶谥叫“铁杆庄稼”，说它旱涝保收，厌恶之情，溢于言表。城市里的下层贫民，对高利贷者十分仇视，名之为“吃人骨头的”。

但是，历史上也曾有过一些“开明人士”，曾利用人的心理因素，通过制定和实施一些特殊的利息政策，改变了人们对利息的某些看法而获得赞誉。

一个是春秋时期的田成子，他放债时大斗出小斗入（明显吃

亏，类似我国现在的补贴政策)，丢掉的是几斗糙米，赢来的是山河易姓，取姜姓齐国代之以田姓齐国，称得起是高利贷中的佼佼者。另一个是齐国的贵族号称孟尝君的大高利贷者田文，在冯欢的计谋下，向薛地居民施以小恩小惠，薛地居民不识其用心，认为孟尝君惠我至深。在田文被谪返籍时，牵羊担酒出郭迎接，并帮助他筑起了“狡兔三窟”中最为保险的一窟。这两个人都是运用利息心理策略的谋士，也是历史上利用利息的反作用，搞“欲擒故纵”而取得成功的典型。

在商品经济高度发达的资本主义社会，利息的作用得到进一步的发挥，把利息称之为资本的价格，左右着借贷资本的供求关系乃至整个经济运行，利息在经济领域里是一条非常活跃、非常敏感的“神经”。

新中国建立后的很长一个时期，人们对于利息的态度是不明朗的。虽然没有直接说利息是资本主义的东西，但自觉不自觉地把它看成是旧社会遗留下来的一种痕迹，而不是社会主义经济的必然。因而对利息总不是那么理直气壮，好象社会主义利息就不光彩似的，似乎利息率越低，越没有什么差别，就越能体现社会主义制度的优越性，以致建国以来，我国银行利率一降再降，利率档次一减再减，存贷款利差越来越小，使利率这个充满活力的经济杠杆变成了一个僵化的模式，这不能不说是经济管理工作的一大损失。诚然，在资本主义商品经济下，利息是剩余价值的转化形式，是垄断剥削的工具，然而这并不是利息本身的特性，而是资本主义制度赋予它的社会内容。离开了资本主义制度，利息作为剥削工具的社会内容也就失去了存在的基础。作为一种经济手段来说，利息在资本主义商品经济中被广泛运用，成为引导资金投向，调节社会需求的重要政策工具之一。西方国家在利用利息管理经济方面积累了一套经验，很值得我们借鉴。近

几年来的改革实践表明，在社会主义有计划的商品经济中，利率杠杆大有用武之地，而且随着市场体系的形成，它的作用会愈来愈明显地显示出来。因此，在利息政策设计中，我们必须摒弃过去一切陈旧、落后的观念，运用利息所具有的精巧、灵敏、有力的特点，服务于金融。

二、利率波动的"阈限"问题

前面我们已经介绍了，人们对利率的高低或变动的感觉能力称为利率感受性。心理学家指出，用来度量感受性大小的是感觉阈限。显然，感觉阈限就是指持续了一定时间的、能引起感觉的刺激量。感受性和感觉阈限二者之间成反比关系，即感觉阈限越小，感受性越强；感觉阈限越大，感受性越弱。例如，对听觉能力越差（感受性弱）的人，说话的声音就应越响（提高感觉阈限）。

适应则是指人的感受性对不断作用于它的客观刺激的一种顺应。它表现为感觉阈限的降低或提高，如人人都经历过视觉适应现象：从亮处走进暗室，起初几乎什么都看不见，需要过一段时间，使眼睛对弱光的感受性逐步提高（感觉阈限降低），视觉才能慢慢恢复，整个过程需要1个小时左右。心理学把这个过程称做暗适应。反之，从暗室走向明亮处时，在最初一瞬间，强光使人目旋，什么都看不清楚，但过了几秒钟，由于眼睛对强光的感受性很快地降低（感觉阈限升高），视觉随即恢复正常，心理学把这个过程叫做明适应。

在现实生活中，人们对客观环境的适应过程是经常发生的。连续观察人们对利率变动的反映，就会发现，人们对一定程度和一定范围的利率调整，已经在不知不觉地逐步接受了。金融体制

改革开始不久，多年冻结未动的利率有不同程度的提高，这时，人们对利率的变动感受性极强，特别对于一些有“大锅饭”、“供给制”思想和“利息观念”淡薄的人来说，利息提高在心理上会很不适应，难以接受。但是随着利率制度的改革，利率不合理的状况逐步在扭转，在资金供求规律的作用下，利率开始出现波动，人们在这种利率的经常刺激下，感觉阈限值在渐渐升高，对利率变动的感受性开始降低，人们不再为利率提高和波动而困惑、吃惊。与此同时，人们对利率变动的适应性还表现在行为方式的变化上。比如贷款利率提高时，借款者会自觉压缩贷款量，节约资金使用，减少利息支出，使利率成为调节经济、引导货币行为的有效杆杠。

目前，我国正在进行金融体制改革，利率水平偏低，利率管理上缺少弹性，贷款利率上一刀切等弊端正亟待解决，然而，随着利率改革同时到来，商品经济生活的不确定性和各种风险都在增加，利率波动就是其中之一。如何摆脱在旧体制下生活习惯的束缚，尽快提高利率改革后出现的利率波动的适应能力，已成为摆在利率设计者及金融管理部门面前的重大课题。因此，作为利率政策的设计者，一方面在利率设计中要充分考虑人们对利率变动感觉阈限值，另一方面要逐步提高人们对利率变动的阈限值，这一工作，既有利于进一步推动利率改革，也有利于发挥利率的调节作用。

三、利息与痛惜感及满足感

非货币性利息理论认为，利息是人们推迟现期消费或放弃货币支配权的报酬。这一看法揭示了利息在人们心里的活动。在银行信用活动中，存款者把钱存到银行后，意味着在一段时间内

他失去了对这部分货币的支配权，心理上必然会产生一种“痛惜感”，但是想到存款到期时能带来一笔利息收入，心理上又会有一种“满足感”。同样，贷款者取得贷款和支付利息也会产生“痛惜感”和“满足感”。一般说，“痛惜感”与“满足感”是正比例关系，痛惜感虽然很大，但满足感也很大，这实际上是一种平衡关系，利率是调节这种平衡的重要工具，如果这种平衡破坏了，存贷者行为就会出现下面四种可能。

第一种可能，痛惜但满足，存贷行为比较顺利，对利率变动非常关心。

第二种可能，痛惜而不满足，属于存贷行为以外的问题。

第三种可能，不痛惜而满足，存贷行为的积极性高涨，存贷行为扩张。

第四种可能，既不痛惜，也不满足，多半没有存贷行为发生，利率作用受到限制。

对存贷行为的满足，不一定限定在利息收入上的满足，换言之，满足的内容是非常广泛的。比如，存款除获得利息收入外，还有在安全、方便、积累等方面的满足；获取贷款既可以带来盈利，在企业资金紧缺危及生存时，解救危机也是一种满足；在保证企业安全方面也可以获得满足。

如果以告贷者获得贷款时的满足为满足，那么也会有自己支付贷款利息而痛惜，这是“自私”的痛惜。作为人的心理，虽然想要获得贷款（或存款利息），但不想支付利息（或放弃货币支配权）的愿望是客观的，也是很强烈的。因此，利率为什么能调节货币资金，根源也就在这里。在某种意义上可以说，利息是在商品经济条件下由于人们的私欲产生的。

四、利率上升的逆反心理

一般说，利率越高则调节货币的作用越大。当货币需要过大时，提高利率，可以刺激人们增加储蓄，同时抑制过大的货币需要。但是，在现实金融活动中，也会出现与上述相反的情况，当提高银行利率时，人们不仅不会增加储蓄，反而增加消费，特别是在物价不稳定情况下，这种现象较为常见。而对于借款者来说，不是减少贷款，而是想尽办法多贷款，准备充足的物资和资金。这种现象的出现，就是提高利率的逆反心理起作用的结果。所谓“提高利率的逆反心理”就是指国家提高银行利率时，人们对其变化的原因从相反的方向去认识，从而做出反向的存贷行为的心理。

银行提高利率，大多数存款者是欢迎的，因为利率上升，意味着存款者的利息收入增加，由此刺激人们增加存款。但是，有些人通过银行提高利率这一变化，做出与多数人不同的方向的预期，即人们看到利率提高，企业生产的资金成本必然增加，物价水平也可能提高，因而争购商品，使商品供不应求现象激化，导致物价全面上涨。预期的结果是存款不如存物。

对于生产企业来说，利率提高是极不愿接受的事情。正因为如此，许多企业在利率上升时会减少贷款数量。但逆反心理却不这样看，银行提高利率是紧缩银根的明显信号，表明目前的市场货币过多，在今后一段时间内国家要严格控制货币，市场货币必然造成供不应求，很难取得贷款支持。因此，持这种心理的告贷者不仅不会压缩银行的贷款，反而想办法增加银行贷款，增加物资储备。不过，能够这样做的企业，当然是有一定的利息承受能力，或象目前我国多数企业对利息缺乏足够的压力一样。1985

年以来，我国几次实行全面信贷紧张政策的事实说明，每次紧缩信贷时，许多企业通过行政干预强迫银行贷款或贷款到期拖欠不还，从而人为地加剧了信贷供求的矛盾。

利率上升的逆反心理是一种主观意识，是一种片面的认识，但它却是客观存在的。这种逆反心理的危害性极大，它往往使国家的金融政策措施失效，同时人为造成金融市场上的混乱，这是国家银行所要注意研究和重视的。

第五节　利率设计的心理策略和原则

我们在第一节利率决定的讨论中提到，马克思认为："利率是由利润调节的，确切些说，是由一般利润调节的。"按照马克思这一观点分析，利率的最高界限是平均利润率，它的最低界限决不会低于零，即：

零<利率<平均利润率

在零到平均利润率之间，这是一个比较大的幅度，在这个幅度内如何确定一个合理的利率水平和利率结构，这是金融理论界一直在努力探索的问题。总的说，社会主义商品经济下的利率决定，必须遵循社会主义基本经济规律，不断改革和完善利率机制，为利率灵敏地发挥作用创造一个良好的环境。制定利率策略，要有利于提高社会经济效益，促进我国经济结构的合理化；有利于调节投资需求，促进总需求与总供给的基本平衡；有利于调动群众参加储蓄的积极性，满足群众的需要。既要考虑宏观经济调整的需要，又要结合社会经济生活中的一些实践情况。金融

心理学认为，我国利率设计可以考虑采用以下六种方法。

一、平均利润倾向性确定法

所谓平均利润倾向性确定法，就是以平均利润率为确定利息的主要根据，来设计利息率。我们说过，利息是利润的一部分，利息率与利润率，准确地说与平均利润率有密切联系，在其他条件不变的情况下，平均利润率越高，告贷者所期望的利润越多。当然，他能够承受也愿意按较高的利息率支付利息，相反，在平均利润率下降时，告贷者所期望的利润也就小，因此，告贷者就不愿意按较高的利率支付利息，而是希望少支付利息，以维持原来的利润水平。否则，他就要少得利润。因此，平均利润率也就成为利率设计的一个决定性的因素。但是，这里需要说明的是，目前我国价格体系还不完善，各行业、企业之间的利润水平悬殊，资金转移仍有很多困难。因此，在这些问题未解决之前，平均利润率只能作为参考依据。

二、供求倾向性设计法

利息率在平均利润率所规定的范围内（零＜平均利息率＜平均利润率），由借贷双方依据借贷资金的供求状况来设计利率的方法，称之为供求倾向性设计法。该方法的特点是：货币资金作为特殊商品，银行供应这种商品，形成供给；生产经营者购买这种商品，形成需求。资金供不应求时提高一定的利息率，资金的需求会相对减少；资金供过于求时，降低一定的利率，会刺激一部分的资金需求。对于银行存款利率来说，这种办法也是适应

的，当银行信贷资金紧缺需要增加存款时，提高存款利率，可以增加对存款者的吸引力；相反，在银行资金较为充裕，供过于求时，为了降低资金成本，降低利率，可能会引起存款下降。

三、成本倾向性设计法

成本倾向性设计法就是以资金的成本，加上一定的税收、费用、利润来设计利率。这种方法是从银行自身角度考虑的。银行作为经营货币资金的经济实体，在运用存款和借入资金发放贷款时，必须用利息收入来抵偿利息支出，并取得一定的利差，以补偿经营过程中消耗的活劳动和物化劳动，否则，任何银行也不会经营货币资金业务，银行自身就将失去生存和发展的能力。因此，银行在设计存贷利率时，必须核算成本，并使贷款利率高于存款利率。高于多少合适？至少应等于存款成本（即存款利息加上吸收存款时而付出的各项费用），并加上办理贷款必需的费用，这样，才能符合成本核算的要求，银行信用才能得到维持和发展。

四、政策倾向性设计法

政策倾向性设计法就是尊重市场利率，以平均利润、供求关系等因素确定利率为基础，依据国家的经济政策来设计利率。利率是实现货币政策的一种手段。在我国有计划的商品经济条件下，利率的调整应当与国家的经济政策相适应，为政策服务。比如，在需求膨胀的情况下，国家执行紧缩银根政策，可以通过提高再贷款、再贴现利率，来影响专业银行的经营成本，进而提高

对企业贷款的利率，以达到抑制“扩张冲动”、“投资饥渴”，节减需求。又如，国家为支持鼓励某一行业、地区的生产发展时，通过降低利息率，实行优惠利率政策，以刺激人们的投资行为，反之，国家若要限制某一行业、某些产品的生产时，也可以通过提高利率，诱导人们调整生产结构和投资行为。

五、习惯倾向性设计法

习惯倾向性设计法，就是按照资金长期的、一贯的利率来设计。从历史上来说，每个国家都有一个很早就有的、留传下来的一般利率。对这种利率，群众已形成了习惯心理，稍有变动就容易引起人们的不适应，造成社会反响极大。例如，我国三十多年来，一直实行低利率政策，这种低利率已成为人们的习惯利率，家喻户晓，稍有变动，就会给人们的心理产生很大的刺激，使人们难以承受。因此，在设计利率时，还需要考虑这方面的因素，不宜一下子变化过大或过于突兀，而应通过分阶段逐步调整。

六、保值倾向性设计法

所谓保值倾向性设计法，就是利息调整依据物价水平的变化，原则上追踪物价。银行利息率一般说应大于货币贬值、物价上涨的程度，利息收入应该在弥补了本金贬值部分后有一定的结余。利率设计采用这种方法，目的是要防止存款贬值，使存款人不吃亏。在货币贬值、物价上涨的情况下，银行不及时调整利率，存款者会感到存在银行的钱在不断贬值，存钱不如购物或采用其他方法保值，因而导致储户纷纷挤兑抢购。1988 年 9 月，国

家对储蓄实行保值，从而及时平抑了人们挤兑抢购的风潮。实践证明，这一措施是积极的、有效的。对于贷款利率也不能是负数，应当高于通货膨胀率，以保证国家和银行信贷资金不致于遭受损失。同时，抑制告贷者贷款需要，防止囤积居奇，惜售待销等投机行为。

以上我们了解的是银行一般采用的利率设计心理对策，但除此之外，还有一些特别的策略。例如，瑞士为了缓和通货膨胀，减少外国货币涌入本国，实行过对外国货币存款倒收利息的政策，但这是一种为了达到某种特定目的实行的暂行措施，不在我们的分析之内。

设计利率，不是仅采用一种方法就可以达到理想的效果，一般说，需要综合运用这些方法。换言之，设计利率，应在平均利润率所规定的范围内，按照资金供求情况来决定，同时，还要考虑国家对金融政策的要求、市场物价，以及银行核算资金成本和提供积累的要求，使利率成为国家促进经济发展的重要经济杠杆之一。

七、利率设计的原则

在利率设计中，为了反映经济规律的要求，更好地发挥利率调节经济的杠杆作用，我们应当遵循下列利率设计的原则。

(一)时差利率原则

利息是货币时间价值的基本形式。设计利率应该符合资金时间价值的原理，合理地制定利率标准。在商品经济中，资金一旦作此种用途，就不能再用作它种用途，所以，放在手边的资金流动性最高。而离开了手中期限越长，资金的流动性就越低，当债权人贷出一笔资金时，就会牺牲这笔资金的流动性，贷款的时

间越长，这种牺牲越大，这样，作为债权人，他要求作出的牺牲与补偿一致。因此，为了尽可能高效率地使用资金，对于借贷时间期限越长的，借还时差大的资金，债务人所支付的利率应当越高，这里主要考虑两个方面，一是应当按期限划分档次，期限较长的利率要高些，期限较短的利率相应低些。二是在利息的计算上要承认复利，因为复利才是真正把时间因素考虑进去的利息。

（二）风险利率原则

由于在市场竞争中要不断地优胜劣汰，每个借贷者都不得不面临着经济活动失败的可能性。因此，当贷款发放给一个公司企业时，银行实际上就和该公司企业一样，要承担着这笔资金能否收回的风险。借贷者经营失败的可能性越大，银行所承担的风险也就越大。所以，为了保持经济运行的相对稳定性和对承担风险的代价，对于借贷者经营风险越大的贷款，利率应当相应提高，并以此来增加贷款资金的安全性。需要指出的是，贷款风险往往不是人们可以一目了然的，需要银行作深入的调研和评估，才能对风险性有一个较充分的了解。

（三）公平利率原则

利率设计对性质相同的竞争者应当是相同的，这样才能保护竞争，为择优汰劣的竞争提供一个机会均等的环境。所谓"性质相同"，其划分标准应该是市场的标准，即市场上生产同一类产品或从事同一类经营的，具有相同的市场可能范围和原材料可能范围的告贷者，可以看做性质相同的竞争者。对于性质相同的竞争者，应以同样的利率对待。目前，我国实行了较多的优惠利率政策，但实际执行的结果是，过多的优惠利率破坏了企业之间的平等竞争条件，不利于提高企业经济效益。因此，优惠利率应逐步缩小范围，而对国家需要支持鼓励的企业或产品则可以通过有关部门贴息或采用其他经济补偿办法解决。

（四）补偿利率原则

广义的补偿往往指银行贷款受损的一切方面（包括活动性、风险性等）的补偿，但这里指的是狭义的补偿，即贷款资金发放出去以后，因通货膨胀、货币贬值所遭受损失的补偿。这种补偿引起利率变动实际上是对本金损缺的补足。例如，借出资金100元，通货膨胀率为10%，假定撇开影响利率的其他因素不谈，这笔资金的贷款年利率也应当是10%，所有其他因素引起的利率为实际利率，而由通货膨胀引起的这部分10%的利率加上实际利率为名义利率。所以，设计利率应当不使资金损缺和实际利率下降为原则，这样才能降低或消除通货膨胀的负作用，一方面增加存款利率，缓解存款者存款吃亏的心理，保持储蓄存款稳定增长，吸引更多的资金；另一方面提高贷款利率，保证贷款资金不受损失，抑制告贷者的贷款需求。

（五）供求利率原则

实行这一原则，就是在资金供给不变的前提下，利率水平的伸缩使资金的总需求与总供给相适应。总供给与总需求相平衡时，货币就成为“中立”，经济的发展完全取决于其他因素，借助于利率获得均衡。长期以来，利率的这种调节功能往往不象商品价格那样受到人们重视，更容易造成利率与均衡利率相背离，当利率持续过低时，在其他因素不变情况下，告贷者的期望值会居高不下，资金需求不断扩大，于是发生普遍的“投资饥渴症”。实际上，这时的利率受到人为压制，利率调节资金供求均衡的作用遭到破坏。

第七章　金融市场心理研究

构成金融市场的基本要点：一是有众多的资金供应者和资金需求者；二是有一定的可供借贷的社会资金；三是有多样化的金融工具。这三者对于一个完整的金融市场来说，缺一不可。而这三要素之中，资金供应者和需求者又起到决定性的作用。人们常说，资金市场问题复杂，其根源之一就在于资金供应者和需求者的心理"变化莫测"。在本章中，我们就以金融市场参与者心理活动为主要分析对象，来研究金融市场心理问题。

第一节　金融市场参与者

一、金融市场

顾名思义，市场是买卖双方聚集的地方。金融市场则是借贷资本交易的场所，通过这个场所沟通资金供求双方的盈缺，为资金盈余者的资金提供出路，并满足资金缺乏者对资金的需要。除了借贷关系之外，另一个重要的部分是证券买卖。证券买卖也是基于资金供求关系，证券出售是资金需要，证券购买是资金供给。

金融市场所包括的具体内容很多，从广义讲，包括以银行信贷活动为内容的间接融资形式和以债券、股票、商业票据等活动为主要内容的直接融资形式，还包括黄金、外汇的买卖等。就其

狭义而言,它主要是指各种直接融资市场和黄金、外汇市场。在西方国家,金融市场由债券、股票、商业票据、黄金、外汇五个基本因素构成。在我国,由于黄金与外汇禁止在市场流通与交换,所以我国的金融市场即指我国的资金市场,主要是银行之间资金拆借和债券、股票、商业票据的发行与流通等。

金融市场有不同的分类法。较为普遍的是按期限不同把金融市场分为货币市场与资本市场。货币市场供应短期资金,主要用于周转,最短的一天,最长的不超过一年,一般以 3—6 个月最多。用于交易的工具也是形形色色,有政府发行的短期国库券,有企业的商业票据,有银行承兑票据和大额可转让存单,也有资金的直接拆放。货币市场不一定形成买卖双方固定集中的场所,参与买卖的机构、个人与经纪人可以利用电话、电报、文体及其他工具进行买进卖出。票据的承兑和贴现是这个市场活动的主要内容。资本市场则主要供应中长期资金,即一年以上或未定期的有价证券交易市场。资本市场流通的主要是政府的中长期公债、股票、公司券等。资本市场又分为初级市场与次级市场。前者是证券发行市场,后者是证券流通市场。

金融市场还可按不同方式分为贴现市场、证券市场、黄金市场、外汇市场、有形市场、无形市场等,但无论怎样划分,有一点是肯定的,即金融市场之间是紧密地联系在一起的。在这个市场中,参与者的心理也是非常复杂的,各有所需、动机各异,而且任何市场波动或环境变化,都可能引起人的心理反应,进而带来市场的更大波动,这是金融市场管理者所必须重视的。

二、金融市场参与者动机

金融市场的参与者是金融市场的主体。金融市场活动是靠

人发动、控制，并直接进行参与。从一定意义上说，金融市场参与者的资金活动就构成了全部的金融市场运行。

作为金融市场的参与者，必须具备这样一个基本的条件，即参加金融市场交易者，必须是独立的法人，都是独立的资金商品的所有者，可以自主地使用自己的资金，也可以采取灵活方式自主地筹集资金，并且在资金的使用上独立地担负经济责任。只有这样，才能保持金融市场运行的正常秩序。

目前，我国金融市场的参与者主要是资金盈余单位和资金短缺单位。具体来说，就是政府部门（主要是财政部门）、金融机构、工商企业和个人这四大部门。由于这些部门分别代表着国家、集体和劳动者个人的利益，他们在追求社会主义共同的物质利益的同时，还有着自身的利益要求，因而决定了这些部门参加金融市场活动的心理动机是不同的。

（一）财政的金融市场动机

1. 财政包括中央财政和地方财政。在我国，每年国民收入的大部分都以税收和上缴利润的形式集中于财政，而在使用上，有大部分资金是用于国家生产建设及直接与之相关的领域。财政部门参与金融市场，从而使社会资金调配具有更大的灵活性，有助于资金效益提高。

2. 财政在金融市场上一般充当资金需求者的角色。中央财政主要通过发行各种期限的国债筹集资金，以弥补财政赤字和用于公用事业及经济建设。地方财政发行债券，主要是为筹集地方建设资金。

（二）银行的金融市场动机

1. 专业银行

（1）自身经营的需要。鉴于我国银行资金以条块划分，这种

体制使资金使用效益受到影响，因此，专业银行通过参与金融市场有助于消除资金不畅的影响，加强资金横向联系，便利资金的“自由选择”。目前各专业银行通过开展同业拆借及出售金融债券、大额可转让存单等活动，直接进入金融市场，充分利用资金的时间差、地区差，灵活筹集调度资金，加速资金周转，以提高资金的使用效益。

(2)借助市场利率的波动差，获取盈利。

(3)通过市场拆入资金，解决短期、临时的资金需要。

2. 中央银行。中央银行在金融市场上具有特殊的地位。作为银行的银行和最后的放款者，它是资金的供给者；作为国家的银行和宏观经济管理部门，它必须利用市场公开业务对市场进行宏观调控。有时要买进证券，投放货币；有时则要卖出证券，回笼货币。通过对金融市场活动的参与，抽紧或放松银根，最终稳定金融和经济。中央银行参与金融市场，有时也为了壮大自己的资金力量。

(三)企业的金融市场动机

工商企业是最大的资金需求者，同时，又是重要的资金供给者，之所以如此，追求自身的经济利益是其原动力。

1. 目前企业资金来源单一，过分依赖银行会受到限制，不利于企业的自主经营与发展，同时，企业需要大量的临时性短期的周转资金，银行也无法予以充分满足，因此，企业想从金融市场上得到解决。

2. 在投资计划严加控制的情况下，企业进行投资很困难，但利用市场资金却是一条比较方便的筹资方式，因此，在利用市场资金中，基建动机很强烈。

3. 资金有余的企业，通过购买市场证券以获取利益。

（四）事业单位及社会团体的金融市场动机

主要是想通过金融市场，在求得自身财务平衡的前提下，获得更多的收入，比如购买股票、债券，从中得到利息或红利。

（五）个人的金融市场动机

1. 由于生活水平提高，居民个人的收入有了较大幅度增加，个人也有相应一部分资金力量进入资金市场，并希望通过市场活动实现货币不断增殖的目的。

2. 由于对生活和生产临时的资金需要而通过参与金融市场得到满足。

（六）非银行金融机构的金融市场动机

1. 证券公司是证券市场的媒介。其参与金融市场的动机既不是筹集资金，也不提供资金，而是通过接受证券发行主体的委托，办理有价证券的发行和代投资者在证券二级市场上买卖已发行的证券等方式，向证券发行公司和买卖证券的客户收取佣金。证券公司是金融市场不可缺少的中介机构，它的市场行为对保证证券交易的顺利进行有很大的促进作用。

2. 保险公司是契约性中介公司。它的保险费收入有相当一部分处于待用状态。特别是办理人寿保险，保险费收入从吸收到实际补偿要间隔好长时间。为了充分有效地运用这部分待用保险费，获取更大利润，保险公司参与金融市场活动，将保险费用于证券投资。在西方国家，诸多的证券投资者当中，保险公司占有很重要的地位。

三、直接融资与间接融资的心理差别

直接融资与间接融资是金融市场中两种不同的融资方式。

其特点是：直接融资，即货币盈余者与资金不足者之间直接发生借贷关系，双方可以直接协商或在公开市场上由贷款者直接购入债券或股票。通常的情况是，由作为中间人的经纪人或证券商来安排交易。间接融资则是货币盈余者与货币短缺者之间的货币借贷，是通过金融机构来进行的，如商业银行、储蓄银行、保险公司等，他们通过各种形式组织存款，然后再放款或以投资形式购入借款者所发行的债券凭证，来融通货币盈余者与借款者之间的资金余缺。由于直接融资与间接融资所发生的信用关系不同，所反映的两种融资心理活动也是不同的，主要表现在下面三个方面。

(一)融资的动机不同

在直接融资方式中，使用资金的人就是债务人，他的融资动机明确、具体，资金直接用于生产和流通领域中的某一范围，并且规定了融资的数量、期限等其他要求。直接融资没有中间环节，经纪人或证券商的中间作用也只是牵线搭桥，以收取佣金。间接融资则不同，金融机构通过信用活动筹集资金，并不是为了自己把这些资金运用到生产和流通中去。在大多数情况下，金融机构自己并不是货币的使用者，它筹集资金的动机是借给使用资金的人，然后通过使用资金者，使资金在生产和流通中发挥作用。金融机构仅收取一定的利息收入。

(二)对风险的知觉不同

直接融资的风险知觉较大。通过直接融资筹集的资金，是集中由债务人使用的，能否返还，全看债务人运用资金的成效如何，万一不能获得预期的盈利，甚至亏本，也就不能安全返还了。债权人就要为此付出一定的代价，其结果使一部分谨慎的货币盈余者望而止步。间接融资的风险知觉较小，往往是通过金融机

构借给较多的使用者。由于它与众多的使用资金者发生信用关系，对市场行情和各个使用资金者的经营状况比较了解，因而便于进行选择，把资金借给经营较好的借款者使用，从而大大减少了不能返还的风险，即使发生某些借款者经营失败，无法返还，对于金融机构来说也只是局部的损失，不会从根本上危及金融机构向债权人返还的能力。较大的金融机构倒闭是极少的。因此，金融机构所发行的间接融资证券流动性大，大多数货币盈余者都希望持有金融机构发行的证券。

（三）收益的刺激程度不同

到银行存款或购买金融机构的证券，虽然风险性较小，同时，收益率也较低，主要是利息收益，对存款人和购买证券者的吸引力很有限。而直接融资的收益对货币盈余者具有较大的刺激。直接投资收益主要有两部分，即收入（债息、股息、红利）及因证券价值的上升而产生的利润。特别是股价的升值具有更大的刺激性。

第二节　货币市场的心理研究

当我们对金融市场有了一个大致的了解之后，接着便是对各种形式的金融市场心理从不同侧面进行深入地分析。

如前所述，货币市场亦称短期资金市场，主要从事一年以内的短期资金拆放业务。因此，不论资金借贷采取何种形式，凡期限在一年以下者均属短期资金市场范畴。在西方主要国家，货币市场一般包括：贴现市场、银行同业拆借市场和企业借贷市场。目前，我国货币市场主要有贴现市场、同业拆借市场等。

一、货币市场的功能

货币市场集合了短期的资金供给者和资金需求者，为社会各经济主体实现自身错综复杂的资金筹措动机提供了有利场所。信用的转换和拆借的便利，在一定程度上免除了经济主体对风险的心理压力和收支不平衡的忧愁，有助于缓解短期资金供求的矛盾和金融市场的不确定性，促进了资金使用效率提高和加速资金周转。具体说，货币市场有以下四项功能。

第一，无论是资金的供给者，还是资金的需求者，都可以利用这一市场进行心理预期、判断、感觉，实现参与市场的动机。对于资金的需求者来说，由于生产周转的原因或其他客观的、主观的原因，急需大量短期的、临时性资金时，他便可以在货币市场上寻找，并求得资金需要的满足；对于资金的供给者，他想把手中暂时闲置的资金充分地运用出去，以追求最大的资金使用利益，因此，也要通过货币市场来实现。货币市场，对于银行来说尤为欢迎，通过它可以解决许多的急需，增强了银行充分运用资金的能力。

第二，货币市场虽然只提供短期的资金，但对希望筹措长期资金的人来说也是需要的。有时长期资金的利率很高，但筹资者又不想承受较高的利息成本，因而他可以先借一部分短期资金以待急用，等利率下降后再筹集长期资金。对于投资者来说，道理也是同样成立的。

第三，货币市场上大都是政府发行的短期国库券、工商企业的商业票据、银行的承兑票据和可转让大额定期存单等，这些证券票据的发行人信誉好、有实力，其交易工具能迅速变现，因而深受投资者的欢迎，一般参加货币市场的人心理较为放心，不必

为之承担很大风险。

第四，货币市场是中央银行办理再贴现业务和公开市场业务的场所，中央银行的政策、意图及市场变化可以通过货币市场这个窗口了解到。因此，参与金融市场的人对货币市场较为关注，经常注意货币市场的变化，以此进行预期、判断、感觉，并积极调整自己的金融市场行为。

以上是人们对货币市场总的感觉及心理反映。值得强调的是，各国的货币市场各有特点，侧重点不同，因而反映的心理活动也有所不同。下面我们重点研究我国的同业拆借市场心理和贴现市场心理。

二、同业拆借及心理障碍

同业拆借市场是银行之间的一种临时性拆借，并按日计息的短期资金市场，其前提条件仍然是如一切信用活动那样，有借有还，拆借付息。同业拆借行为是银行之间的一种平行的资金融通，是资金的横向联系方式，拆借时间通常较短。

从 1985 年起，重庆、武汉、广州、常州、沈阳五市由人民银行牵头，成立了各专业银行参加的定期联系资金融通调度会制度，频繁地进行资金拆借，互相调剂资金余缺。1986 年 2 月，武汉、重庆、广州、西安、沈阳等 7 个计划单列城市和南京、常州、深圳、海南共 11 个地区人行、工行达成协议，率先组成跨省区间的融资网络。此后，资金拆借便在全国各地兴起。同业拆借的产生与发展为全国搞活资金流通，提高资金运用效率起到了积极的作用。随着 1988 年银根紧缩，拆借市场开始萎缩，出现了“有场无市”、“闭门歇业”的现象，诊其表象，究其内因，有市场机制不完善的一方面，同时，人们的心理障碍也是影响拆借市场正常运

行、发展的一个重要原因。

(一)心理障碍的症状

症状一:"大银行"心理。有些专业银行的同志认为自己是大银行,向同业拆借,特别是向小银行拆借资金,降低了身份,所以,宁愿借出,不愿借入;宁可压缩信贷,不愿借入资金,以至出现舍近求远或勒紧裤带过日子的现象。

症状二:短借长用心理。我国短期资金市场最初拆借时间以1—3个月居多,但后来各地陆续把短期融通变为长期使用,将短期资金作为垫补资金缺口的来源,甚至进行固定资产投资,因而到期不能归还,于是拆东补西或赖帐不还,丧失了银行的信誉,破坏了货币市场的正常秩序。

症状三:地方本位心理。现行金融、行政部门的条块管理体制,使许多人的眼光只看到局部,强调自己的利益。有的专业银行上级行规定融通资金要坚持先内后外,资金盈余行要首先满足本系统内资金短缺行的需要或集中于上级行统一调度使用。有的地方行政领导为了确保本地的资金储备量,宁要专业银行背息,也不让银行把余资拆借到外地急需的银行,"本位主义思想"和"肥水不流外人田"的观念很浓,"划地为牢"的现象相当普遍。致使有的银行可拆出资金很多,但由于地方行政领导干预,造成很大浪费。

症状四:畏惧心理。有的专业银行习惯于"资金供给制"和吃"大锅饭",缺少风险的心理承受能力和拆借资金的积极性,有的专业银行宁可在帐上保留大量的闲置资金或把多余的资金存放在人民银行,也不愿意拆出资金,免得承担市场风险。有些拆入行本身资金很紧,但看到市场不稳定,担心拆入的资金贷给企业后不能按时收回,或企业破产后,造成呆帐,因而不愿拆借。

症状五:超负荷心理。在资金供给制的习惯心理影响下,有

些专业银行不顾自己的资产负债状况，盲目拆借资金，只要钱不够了，便上市场拆借，到期则赖帐不还，利率倒挂也在所不惜。因此，损害了市场的信誉。

（二）形成拆借市场心理障碍的原因

形成拆借市场心理障碍的原因是多方面的，有长期以来形成的“大锅饭”、“供给制”的旧习惯、旧观念；有目前信贷资金管理体制、中央银行调控机制等不健全的方面；也有经济主体在局部利益的驱动刺激下，盲目追求高速度、投资相互攀比的心理因素，大大激发了当地金融机构拆借资金、增发贷款的热情。

（三）医治拆借市场心理障碍的措施

医治拆借市场的心理障碍，必须对症下药。根据我国拆借市场心理障碍形成的原因，目前，要从以下几方面入手。

1. 对短期拆借资金，要真正转变观念、深化认识。短期拆借资金具有临时性的特点，这要求我们必须破除“产品经济”下的旧习，在思想上牢固树立时间观念、效益观念、周转观念、风险观念，建立良好的信用关系。

2. 要牢固树立“存款第一”的思想，并在政策上、行动上积极落实。发放贷款的资金来源主要是吸收各项存款，而拆借资金只能作临时调节使用，要坚决改变拆借资金短借长用的行为。

3. 重新规范拆借市场行为。对参加拆借市场的金融机构要进行资格审查，并规定市场拆借的期限、利率，明确参与者分享的权利和承担的义务，以及有关的责任。遵纪守法，使市场拆借行为规范化、制度化，建立良好的市场秩序。

除此以外，还要从根本上解决问题，要进一步改革目前的专业银行资金管理体制，彻底破除资金供给制和“大锅饭”的制度，增强专业银行参与拆借市场的积极性和责任心，强化中央银行

宏观调节的作用，加强市场的法制建设。

三、对贴现市场的看法

（一）贴现市场的一般概念

所谓贴现，就是把未到期的信用票据打个折扣，即按照贴现率扣除从贴现日至票据到期日的利息，向银行换取现金。贴现市场是对未到期的信用票据通过贴现办法达到资金融通交易目的的场所，它是货币市场融通资金的一种重要方式。贴现是一种买卖行为。对于票据持有者来说，出卖票据等于通过银行提前得到了到期支付的票款；对于银行来说，买进票据，等于向贴现人发放了一笔相当于经过贴现扣除利息后的票据金额的贷款。贴现市场一般没有固定的交易场所，主要是由银行组成。贴现交易的信用票据有商业汇票、银行承兑汇票、短期债券，以及政府债券等。贴现市场的交易形式包括：银行票据和商业票据的贴现，中央银行对商业银行的再贴现。前者是贴现市场的主要形式，后者是中央银行调节信用和控制金融市场行为的一个重要手段。

（二）贴现行为与贷款行为的比较

如前所述，贴现行为与贷款行为具有相似的意义，但是两者又是有区别的。首先，贴现行为体现了买卖关系，这种买卖关系的基础是票据的信誉，是人们对这一工具的心理评估；而贷款行为则不同，贷款行为反映的是银行与告贷企业的借贷关系，银行发放贷款是以告贷企业信用和偿还能力为依据的。其次，贴现行为涉及多个关系人，由于贴现票款的到期清偿由票据的承兑人负责，因此，任何贴现行为至少涉及贴现申请人、贴现银行和票据承兑人这三种关系人。票据到期时，贴现银行凭票据向承兑人

(付款人)收款,当票据被拒付时,可向贴现人追索,因此,贴现行为风险性较小。而一般贷款只有借款人和贷款银行两个关系人。贷款均须由借款人负责还本付息。第三,贴现的利息预先扣除,不象一般贷款须等贷款到期时才能利随本清,所以,如果按同一利率经营同一数额的一般贷款和贴现,银行获利以后者为多。从心理刺激量来说,贴现行为具有更大的刺激性。

(三)对贴现的看法

公众对贴现的看法如何,不仅影响银行的贴现态度,而且还可以引导人们的贴现行为,维护贴现市场的秩序。公众对贴现的看法主要有如下几种。

1. 对票据总的看法。从风险角度说,银行承兑的汇票最好,商业承兑的汇票次之,商业期票又次之,而融通票据,因为没有商品买卖作为基础,可靠性最差,风险大,银行不宜收贴。

2. 对背书的看法。一般说,票据的背书人数越多,表明其流通广,受到人们的欢迎。同时,也间接地说明了票据本身信用好。

3. 对贴现数额的看法。贴现票据的偿付,虽然付款人的信用是重要的,但贴现数额超过了贴现人的付款能力,也可能有风险。因此,要根据客户的信用,规定一个贴现限度。

4. 对票据期限的看法。票据在付款期限上,一般不能超过该行业习惯上的时间。期限短的票据风险小。贴现的票据也应当以期限短为宜。

第三节 投资行为与心理分析

这里所讲的投资行为是一种狭义的概念,指经济主体(银行、企业和个人等)用积累起来的货币购买股票、公司债券或公

债等有价证券，借以获得收益的行为。即金融市场的证券投资行为。投资不涉及资本存量的增加，是一种长期信用活动，它是构成金融市场的一项重要活动内容。研究投资者行为的目的，在于满足投资需要，筹集生产资金，促进经济稳定发展。尽管投资者行为各异，但都有相同的过程：利益刺激，货币付出，投资行为评价、盈亏等。

一、投资者行为的特点

投资者行为是经济行为的一个组成部分，是经济利益刺激和投资者反应的结果。我们可用“S→O→R”的简化型来解释投资者行为的过程。其中S是刺激，O是有机体，R是反应。在投资活动中，给予投资者经济利益刺激(S)，则投资者(O)可能产生投资的反应(R)。这三个阶段详述如下：

(一)利益刺激(S)

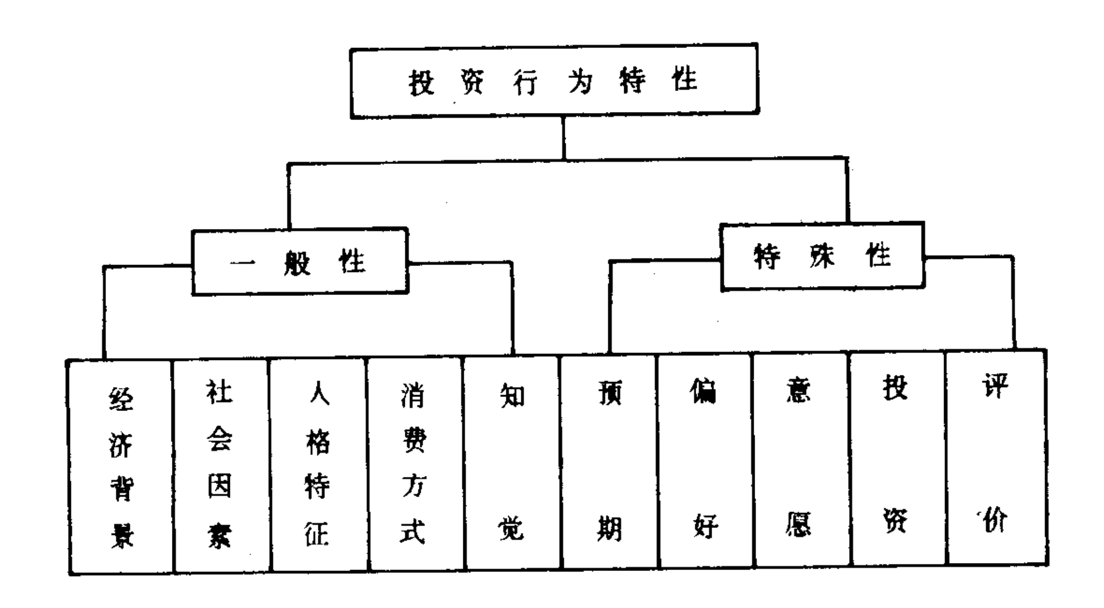
当人们有了剩余的货币以后，可以将它投资于金融资产，也可以投资于实际资产，但相比之下，人们更喜欢证券投资。

原因是证券不仅可以流通、迅速处置变现，买卖方便，而且在收益上可以取得利息红利，还可以赚进证券买低卖高的差价利润，有能力的而且股权足够，可以竞选公司的董事，参加公司的经营，在事业上一展鸿图。因此，证券投资虽然风险较大，但给投资者的刺激也大。

(二)投资者特性(O)

投资者行为的特性，可用“一般性”及“特殊性”的概念，将投资者行为排列在一个连续尺度上加以表示，如图7－1。

图 7－1　投资者特性的一般——特殊性连续尺度图



其中：

经济背景因素包括：经济景气、利率变动、金融政策、生产效率等。

社会因素包括：职业、教育、经济收入、社会阶层、民族团体等。

人格特征包括：独立性、冒险性、自信心、自尊心等。

消费方式包括：兴趣、意愿、需要、价值观等。

（三）投资者反应（R）

投资者行为还是一个决策过程。从个体经济的理论出发，投资者可以理性地将剩余一部分收入用于投资，以获得货币换来的最大满足感。但是投资行为具有很大的主观因素，所以，投资者决策并非完全理性。特别是当周围环境出现许多变化时，投资

者行为变得更大“盲目性”。具体说，投资者行为目的是为了追求个人利益，使他的行为符合个人理想或个人意愿，能保持态度上的和谐。这种表现是人类行为的重要原则之一。

二、投资者行为的作用

投资者与筹资企业的关系如图 7—2 所示。

图 7—2 投资者和筹资部门的关系

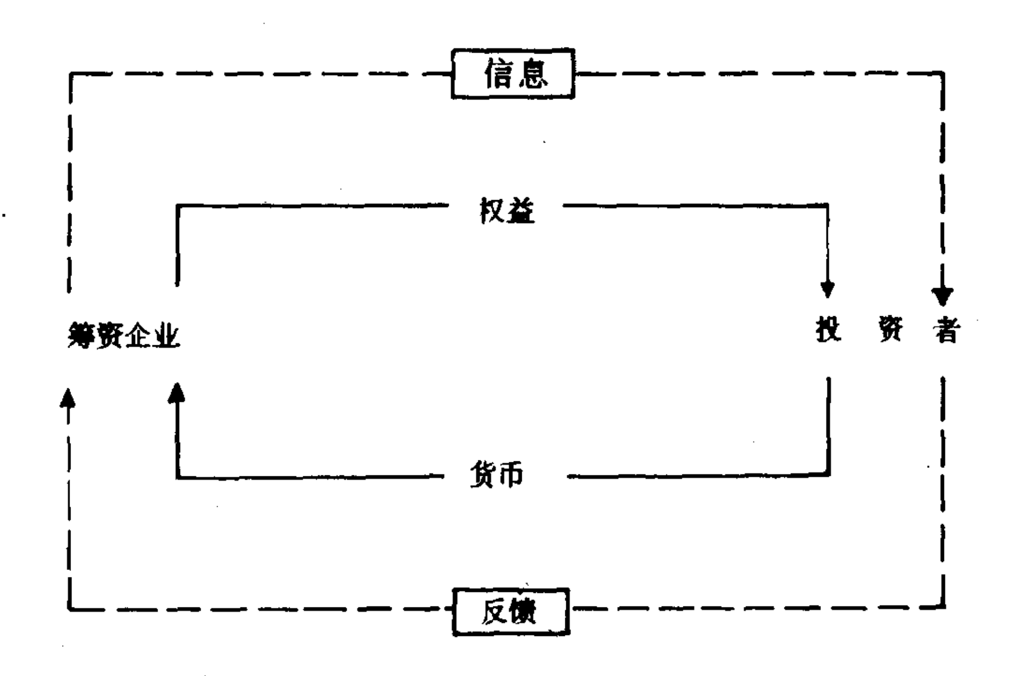


图 7—2 投资者和筹资部门的关系说明：筹资者将有价证券及权益出售给投资者，投资者支付货币，但筹资部门必须事先将筹资信息传达给投资者。它可以是直接传达（洽谈、电话联系等），也可以是间接传达（通过广告媒介），最后投资者把购买证券的信息反馈给筹资部门。

进行投资者行为研究，对于筹资部门和金融管理部门来说，

有以下作用。

(一)开发新的市场

通过研究投资者行为,可以发现新的投资群体及个人尚未满足的需要,从而做出对市场的预测,寻找开发新的市场机会。

(二)满足不同的市场需要

通过对投资者行为的研究,对各类投资者特性有所了解,从而推出不同的证券投资工具和投资方式。这样,可以更加注意证券商品多样化的发展。

(三)促进市场发行

进行投资者行为的研究,可以分析投资者的需要,了解购买行为的态度和转变的状况、风险心理适应的状况,它还可以提供资料,以完善企业的行销活动,增加证券对投资者的刺激性。如广告的吸引力、信息的可靠性和增强信誉等方面。

(四)加强对证券市场管理

通过研究投资行为,进一步规范投资者行为,制订有关的证券市场的法规条例,保证发行市场及交易市场的正常秩序。同时,有助于加强证券交易所与经纪人的管理,防止市场行情的大起大落,特别是传播谣言、操纵行市等违法行为。

三、投资者行为过程

进行证券投资,一般要经过下面五个阶段。

第一步,进行储蓄,以提供投资资金。进行证券投资首先要有一定的货币,借款也可以用于投资。但对大多数人来说,用于投资的货币,是来自收入中超过支出的盈余,即进行储蓄。

第二步，投资者明确自己对风险的态度。投资者要有冷静的头脑，决定怎样的风险是可以接受的，什么样的风险应避免。

第三步，收集信息进行比较、选择，看看购买哪种证券对自己最为有利。

第四步，对投资哪个公司做出决策。这要通过各种分析方法，估计各个公司未来的收益和收益的变化趋势，从而决定购买哪个公司的证券。

最后一步，确定付款日期和付款方式，买进所需证券，即由态度阶段转变为实际的行为。

以上五个阶段说明，从最初的储蓄直至转变为购买行为，首先是一种思维运动。它的各阶段的发展，主要取决于三种基本心理状态：认识（个人的思维）、感情（个人的情绪）和意愿（个人的动机）。

四、投资者行为类型

在金融市场活动中，投资者行为纷繁复杂。尽管这样，我们仍可找到其不同特点，并归类进行研究。

（一）按投资者选择目标区分

1. 确定型。此类投资者在进行投资前，已有明确的投资目标。包括证券种类、公司企业、投资数量、收益大小、风险程度等都有明确的要求。因此，这类投资者一旦找到目标，便毫不迟疑地投资，或将自己投资目标要求告诉经纪人，委托经纪人进行投资。

2. 半确定型。此类投资者进行投资前，已有大致的投资目的，但具体要求还不很明确，最后决定投资还要经过选择比较。例如，购买股票是投资计划的目标，但购买哪一个企业的股票，

收益率多少，投资多少，还未最后肯定。因此，这类投资者一般不会立即做出投资决策，往往需要经过一段时间观望和比较选择。

3. 不确定型。此类投资者有一定的储蓄和投资的愿望，但没有明确的投资目标，主要是搜集有关的投资信息和等待市场行情的变化，当受到一定的投资刺激和碰到适合的投资机会时，则进行投资，否则继续观望或打消投资的念头。

（二）按投资者态度区分

1. 习惯型。投资者对某企业、行业和投资方式的态度，常取决于对金融资产的信念。信念可以建立在知识的基础上，也可以建立在见解、经验、信任的基础上。例如，当一个人持有某种股票多次获得较高收益，并且一直感到很安全时，就会产生对这种股票的信赖和偏好，加深对这种股票的印象，形成一种习惯态度，使之在以后增加投资时仍然购买这种股票。这就形成了投资行为的习惯型。属于此类型的投资者，往往根据过去的投资经验和习惯进行投资，或长期局限在自己习惯的投资领域，而很少受宣传舆论的影响。

2. 慎重型。此类投资者行为以理性为主，受感情因素的影响较少。在投资之前，广泛收集金融市场信息，了解市场行情，多方咨询，经过周密的分析和思考，做到对未来的风险心中有数。在投资过程中，客观性较强，受广告宣传以及市场假象影响甚少。多数专业投资者属于这种投资行为类型。

3. 冲动型。此类投资者的个性心理反应敏捷，客观刺激物容易引起其心理的指向性，心理反应与心理过程的速度也较快，在金融市场上往往起到带头作用。此类投资者选择金融资产时，易受广告宣传的影响，以直观感觉为主，新上市的证券和创新企业的证券对其吸引力较大，而且市场上稍有波动就会立即做出反应，手中持有的证券流进流出的速度较快。

4. 感情型。此类投资者在其个性心理特征上，偏好较强，情感体验深刻，想象力与联想力丰富。在投资时容易受感情的影响，也容易受广告宣传的诱导。对投资方向的选择往往是与自己感兴趣和偏好的领域，或与自己职业、生活有良好情感的企业和证券。

5. 疑虑型。此类投资者的个性心理特征具有明显的内倾性，投资行为谨慎，迟迟难以做出决策，体验深而疑心大，因而在投资时考虑风险因素较多，力求自己的财产万无一失，还可能因犹豫不决而失去投资良机。

6. 随意型（从众型）。此类型投资者多属于新进入金融市场和小额的投资者，缺乏投资经验，购买心理不稳定。在投资时常常缺乏主见，当多数人购买某一证券时，他也会跟着大家一起购买，很少去认真地分析研究市场变化。

上述投资者行为的分类，只是一般地粗略的概括。在现实中，投资者的行为，也很难如此简单地刻画清楚。须知，即使在某类投资行为类型中，由于投资者的性格、年龄、职业、经济状况和心理状况等方面不同，以及投资环境、投资方式、供求状况与服务手段等方面不同，都会出现投资行为的差异变化。所以，研究投资者的投资行为类型，必须结合金融市场的现实环境，结合投资者的心理特征，以及他们对金融市场的心理反应等方面进行具体的分析。

五、影响金融市场投资的心理因素

任何金融市场投资行为都会受到一定的心理因素支配。不难想象，一个对投资持悲观态度的人，是不可能增加投资的。因此，在金融市场上，心理因素起到相当重要的作用。

(一)乐观心理与悲观心理

许多经济学家认为,经济总是呈扩展和收缩这样一个相互交替或周期性波动的,并把这一过程分成四个阶段。谷底是周期的最低水平,接着转为扩展,逐步推到高峰,最后出现衰退,再到谷底,周而复始。经济周期性波动会给人们带来不同的心理反应。在高涨时期,人们会比较乐观,在低落时期,人们则比较悲观,并出现心理反应的周期变化。在金融市场上,人们对未来投资前景乐观时,抱有信心,预期的收益率高,因此,就会尽量增加投资,金融市场出现繁荣景象;当人们对未来前景由乐观变为悲观时,投资缺乏信心,资本边际效率突然崩溃,甚至下降为负数。另一方面,大家都要现金,导致利率上升,最后的结果是投资减少。

乐观心理与悲观心理不仅是金融市场高涨和低落时期两种明显特征,同时,还是金融市场变化的示因因素和加强因素,也就是说,由于人们的乐观心理与悲观心理相互交替出现,因而造成和加剧了金融市场投资扩展和收缩的这样一个周期变化。

乐观心理与悲观心理的前提是人们对未来前景的预期。

(二)投资心理乘数

乘数,就是倍数。投资心理乘数简单理解就是投资心理对股票价格的影响有乘数的作用。股价上涨,由于投资心理乘数的作用,价格往往成倍上涨。反之,如果价格下跌,由于投资心理乘数的作用,使价格一跌再跌。投资心理乘数使股票加剧了价格波动,甚至暴涨暴跌。

现实生活中有这样一种现象:当某商店门口排起了长队,一些人还弄不清里边在卖什么东西,也先上去占个位置,心里想,这么多人排队,一定会有好东西卖。心理学上把这种现象称为“从众心理”。从众心理是一种非常普遍的社会现象,它的最大特

点是随大流、跟着做。投资心理乘数就是在人们从众心理基础上产生的。当股票行情开始上涨时，人们对市场行情看好，便争先恐后买进，导致供不应求，促使价格进一步上涨；价格进一步上涨和人们纷纷抢购的情景，使一些不明真象的人也跟着大家购买，致使供求关系更加紧张，价格不断上涨，如此不断循环。同样，当价格开始下跌时，先是一部分人脱手股票，导致供大于求，价格更加下跌，价格越跌，人们卖出的越多，供大于求的差额越大，价格跌势就越强。

投资心理乘数的作用使股票价格波动幅度加大，这种作用用公式表示是： $P = bf(X、Y、Z\cdots\cdots)$

其中：P 为股票价格；

X、Y、Z 为影响股票价格的因素；

b 为投资心理乘数。

用图形表示，见图 7—3、图 7—4。

图 7—3　　　　图 7—4

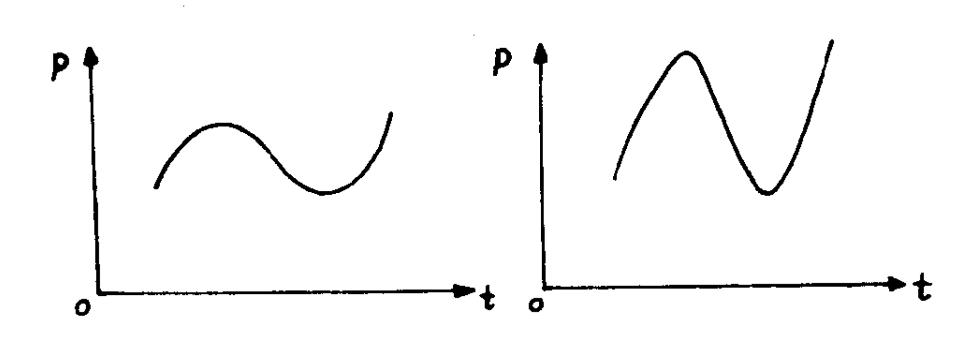


图 7—3 表示没有投资心理乘数作用的股票价格变动情况。

图 7—4 表示投资心理乘数作用使价格波动幅度加大的情

况。

（三）投资偏好心理

投资偏好心理是指投资者在选择投资方式和种类时有一种积极的注意倾向，同时，还伴有一种积极的情绪状态。这种情绪状态使投资者总是倾向于某一类的证券。

在金融市场上，可供选择的金融资产很多，但是对于多数投资者来说，并不是什么都购买，而总是选择自己喜欢的、感兴趣的资产作为投资目标。比如，偏好价格稳定的股票投资者，他的目标就是取得稳定的股息收入，因此，在金融市场上，他就会挑选那些价格稳定、风险性小的股票进行投资。而对于喜欢冒险，偏好于股票价格变化大的投资者，他就会把注意力和资金投放到风险大、差价利润大的股票上。

投资偏好是个性倾向性态度的重要表现，具有相当的稳定性，但不是永恒不变的。它将随着对金融市场认识扩展、意识的演变和社会经济环境的变化，而引起投资偏好的转移。如有的人开始只了解债券，他的投资偏好就局限于债券范围，后来又了解到股票的许多好处，对股票产生了兴趣，认为股票投资比债券投资更适合，因此，他的偏好就会转移到股票的范围中。

形成投资偏好的原因有如下几种：

首先是投资动机。如真正属于投资的人，其动机是取得稳定的股息收入，因而多数偏好价格稳定的股票；而持投机动机的人，则喜欢选择价格变化较大的股票。投资动机是投资偏好的内在驱动力。

其次是经验习惯。由于以往的实践，投资者对某一类股票了解，或者说，熟悉这一类股票的起落趋势和股票发行公司的信用状况，因而往往偏好于这一类股票。另有一种情况，在某种股票上获利的投资者，必将对该股票或同一类型的股票产生好感，不

自觉地投资该类股票。在方式方法上，投资者也总是愿意使用熟悉的某种操作方法。

再次是广告宣传。由于受广告宣传的诱导和刺激，也会引起投资者某种极大兴趣，并加深对广告宣传中的股票或发行公司的了解，使投资者更喜欢广告中宣传的股票。

（四）服从多数心理

在股票市场上，股价是升还是降，哪些股票升，哪些股票降，这种估计是不确定的，特别是小股投资人，对这种估计就更困难了。后来，人们总结了一条经验，认为“多数”的决定是最“合理”的。这里因为股价的升降是由不确定的投资大众所决定的。当多数投资者认为未来行情看好，买进多于卖出，股价便告上升；反之，当多数投资者认为未来行情暗淡，因而卖出多于买入，股价便要下跌。因此，股价是大众所做的决定的具体反映。股票涨跌随大众意愿变动的事实，使许多投资者以服从多数为准则。

虽然少数大户对某种股票的供求、及其该股票的股价具有决定性的影响，但也不会动摇“服从多数心理”。实际上，大户进出股票，总有投资大众的跟随，否则行情的涨势或跌势也是不会长久的。

六、股票投资与投机的心理比较

股票投资是个人或企业购买股票以取得收益的一种投资行为，是证券投资的主要方式。股票投机则是投机者在对未来股票价格变化估计后，用自己的资金或贷款去冒风险，买低卖高，不求红利，单纯从差价上获利的一种货币行为。股票投机的重要特征就是心理判断和对风险的心理准备。

投机，在许多人看来是一个贬义词，常常与经济犯罪相提并论。因此，从我国金融市场建立的一开始，股票投机便成为各种经济手段和行政手段控制和消除的对象。实际上，这是对股票投机的误解。在股票市场上，由于投机者频繁的买卖行为，活跃了市场，使市场更具有流动性。投机者敢于承担别人不愿承担的风险，敢于在股票跌价时买入，涨价时卖出，对市场起了一个均衡的作用，西方经济学家称之为“市场的润滑剂”。如果说市场上没有敢承担风险的投机者，人人都是谨小慎微、万无一失的投资者，那么，就不可能有股票市场的繁荣发展。所以，从一定意义上说，投机行为是活跃市场、促进资产高效率流动和灵敏调节的一个重要因素。当然，应当承认投机行为对股票投资也具有破坏性作用。社会主义金融市场要防止和减少它的消极因素。

(一)投资与投机的心理差别

西方经济学家认为，在股票市场上，很难明确区分投资行为和投机行为。因为，首先，投资者和投机者一般都是通过经纪人买卖股票。其次，绝大多数参与股票交易的人都是着眼于资本增殖而不只是为了股息。资本的增殖既可以通过股票价格上涨来实现，又可以通过股票价格买卖来实现。第三，投资者与投机者经常会相互转化。比如，原来已经算好某股票股息优厚，想投资当股东，领股息，买进后，发现股价节节上升，就卖掉股票获取差价利润，这便是以投资的动机始，却以投机的行为止。虽然这样，但是我们如果细心观察，投资者与投机者的心理活动仍有明显不同。

第一，心理动机不同。投资者的动机是想成为企业的股东或拥有部分所有权，参与股东大会并通过行使选举权来影响企业的经营管理，他所追求的是长期稳定的平均收益；而投机者则是以短期内获得巨额利润为动机，低价买入高价卖出，他并不想成

为企业的股东或所有者。

第二,风险心理准备不同。投资者一般选择风险较少的优先股票或债券作为投资对象,对风险的心理承受力较小。而投机者倾向于价格波动大的高风险股票,对风险的心理承受力较强。为了追逐巨额的收益,即使只有 0.1%的希望也甘冒风险。

第三,信用关系不同。投资者的行为主要是在对投股企业的期望和信誉基础上产生的,通常是以自有资本购买;而投机者大多是向经纪人借款来买卖,自己只出很少一部分作为"垫头"。信用关系主要表现为投机者与经纪人或银行之间的资金借贷。

从心理上进行分析,可以把投机者与投资者区分开来。但是有人容易把投机与赌博混淆在一起。而实际上,两者也是截然不同的。纯粹的赌博完全是"碰运气",而投机则是在一定经验和知识基础上进行理智的预测、判断。一个人参加赌博的次数越多、输赢相抵的可能性就越大。投机则不同,一般说投机者的成功次数大于失败的次数;另外,一些专门从事股票投机者的受教育程度和信息来源,间接地说明了投机活动还需要凭借专业知识和经验。

(二)投机者的心理特征及作用

通过以上心理比较,我们对投机行为有了一个初步的了解。但从较深层次分析,投机者的心理可归纳出以下几个特征。这些特征对金融市场也有一定影响。

1. 冒险心理。一般说,投资者厌恶风险,或选择风险性较小的企业投资。而投机者偏好于收益高、风险大的股票,风险与赢利常常使投机活动兴旺起来。在西方国家,投机活动大多集中在中小企业、风险型企业和新兴或衰落企业的股票交易上。因为这些企业的股票价格波动大,需要承担很大的风险。例如,石油矿产的勘探和开采具有很大的不确定性,而且成功的概率较小,这

种企业的股票风险是很大的；中小企业则可能是由于市场透明度不高，市场承受能力差，政策不稳定而随时可能倒闭。风险大的股票收益率也是很可观的。在巨额利润的引诱刺激下，投机者才甘愿承担风险。投机者的一个重要心理特征就是敢于冒险、善于冒险。

投机者冒险心理的存在，使一般投资者找到了股票市场的风险承担者，他们通过购买选择权的形式，把风险有偿地转嫁到投机者身上。所以，投机者"冒险心理"起到了"股票保险公司"的作用。这一作用对于吸引更广泛的投资者加入股票交易、提高资金市场的流动性和有效性具有十分重要的意义。

2. 侥幸心理。在股票市场上，由于人们的心理预期和投资意愿的影响，会大大加速股市的上涨或下跌，使得股票市场的价格忽高忽低，甚至远远背离股票的实际价值。也就是说，心理因素含有破坏均衡的基因。但是，我们要看到，投机者又经常存有侥幸心理，即希望由于某种偶然的因素，使股市朝着大家预期的相反方向发展，因而获得赢利或免受损失。投机者的这种侥幸心理是很微妙的，需要有一定的胆略和冒险精神。比如，当股票市场价格下跌或某种股票价格下跌时，一般的人总是会尽快抛出这些股票，但是，总会有一些投机者认为，股票很快就会停止下跌，转而回升，故此，他们在别人抛出股票时反而购入股票，甚至在情况很不利、股价暴跌时，也总会有少数人不甘心抛售，企望于股价会奇迹般的回升，并因此而进行投机性的购入尝试。当股票上涨或某种股票的价格上涨时，侥幸心理也会使许多投机者做出与人们争相抢购升值股票相反的行为，在股价不断上涨时反而会抛出股票。投机者的这种侥幸心理使得股票的涨落除在个别情况外，基本上都围绕着股票价值上下波动，而不至于陷入一种不可收拾的恶性循环之中

3. 最大利润心理。投资者与投机者都希望获利，但两者对获利的要求不同。一般投资者能够获得一定利润就适可而止，而投机者则总是贪得无厌，希望获得最大利润。

最大利润心理的主要表现是：当价格上涨时，迟迟不肯出售自己持有的股票，唯恐价格未到最高点就卖出了。同样，当价格下跌时，总想着可能会继续下跌，因此，等待着最便宜时买进股票。投机者的最大利润心理与冒险心理和侥幸心理是联系在一起的。

第四节 对证券的看法及投资风险

一、证券及看法

证券是财产权的凭证，故而称之为有价证券。证券的持有者有自由处理和转让的权利。简单说，证券是指股票、公司债券、金融债券和公债券等。

（一）对股票的看法

股票是股份公司为筹集资金发给投资者的凭证，股票持有者就是股份公司的股东。持有股票就有权分享公司的利益，同时也要承担公司的责任和风险。股票的分类多种多样，按股票性质，可分为普通股票和优先股票；按发行性质，可分为创业发行股票和增资股票；按公司规模，又可分为大公司股票、中小公司股票和风险公司股票。

1. 创业发行股票。这是指某股份公司成立时第一次发行的股票，购买这种股票等于参与了公司的创业。但购买者认为，公司初创，信誉不佳，转让会有些困难。

2. 增资发行股票。这是指股份公司在经营规模有所扩大的情况下，为下一步的发展和增加自有资本而增发的股票。

3. 普通股票与优先股票。普通股票即一般意义上的股票，持有者享有股东的一切权力和义务。公司经营不善时，分不到红利。优先股票是相对于普通股票而言，持有者没有普通股东的权力和义务，优先享受分配股息，股息一般固定。

多数购买者的看法是，买优先股票比较安全，基本上可以保证年年分到股息。买普通股票风险较大，公司经营好，能够比优先股票多分得红利；赶上公司经营不善时，则分不到红利。

4. 大公司股票、小公司股票和风险公司股票。就其性质来说，三者没有什么区别，但购买者对其的认识是不同的。

大公司一般历史较长，经营作风稳健，不至于出现破产倒闭的问题，购买它的股票，基本上可以保证每年有红利，而且这种股票价格一般上涨较快。不足是市场上价格较高，买时要花不少钱，而分红的比例是参照票面价格，实际分得的红利不多。

小公司信誉不如大公司，稳定性较差，其涨价幅度也不太大。但由于市场价格较接近于票面价格，买它较便宜，实际分红率也比大公司股票高得多。

风险公司股票，风险性极大，有可能赚大钱，也有可能把老本全部赔了。

（二）对债券的看法

债券是一种债权凭证。筹资人通过发行债券方式，可以筹到大额长期的资金。购买人也有利可得，因为债券收益率一般都比存款利率高，而且债券可以转让，能尽快换回现金。债券与股票的不同点是：股票是股份公司所有权的象征，债券只是债权的证明；股票不能还本，只能与公司共存亡，债券则到期还本，债券持有人与发行公司再没有什么联系；股票每年可以参加分红，而债

券只能定期领到事先定好的利息。债券种类也很多，主要有公债券、金融债券和公司债券等。

公债，是国家发行的债券，在我国也叫国库券。一般说，公债的信誉比其他债券的信誉要好。因为国家不会破产。同时，公债可以随时转让、变现率高，公债的利率较存款利率要高，买卖也很方便。因此，在美国、日本等国家比较受购买人的欢迎。

金融债。即金融机构发行的债券。金融债是大多数购买者愿意持有的债券。发行债券的都是大金融机构，风险性小，利率也不低，能及时向发行债券的金融机构换回现金。

公司债，是股份公司发行的债券。发行债券的公司先要参加评级，即根据其规模、收益和资产情况评定信用等级。AAA为最高、AA其次、A为再次，再往下为BBB、BB、B，CCC、CC、C。等级越低，信用越差，信用差的债券就不容易销售出去（关于证券的信用评级问题我们在后面将作进一步研究）。

二、影响投资者对证券看法的因素

金融市场上，新上市的证券和流通中的证券种类很多。对于每一种证券，人们的看法不一、众说纷纭。有的说能盈利，有的说可能亏；有的说合算，有的说风险大，等等。这是因为购买者各有所好，每个人的感受、偏好、分析能力不尽相同的缘故。人们总是根据自己的经验、习惯、标准，用各自的眼光去评价证券。这种对证券的看法更多的是主观因素，客观绝对的判断是没有的。金融市场时刻都在发生变化。从筹集资金情况来分析，企业应当十分重视投资者对证券的看法。因为这些看法直接影响到他们的投资行为。

投资者对某证券或某企业形成的看法，通常会受到这样一

些因素的影响:证券本身的吸引力、投资者的性格偏好、投资者的期望和需要、可靠的信息来源、发行企业形象等。

(一)证券本身的吸引力

一种证券进入市场后能否引起投资者的注意,首先取决于证券本身的吸引力大小。证券吸引力主要表现在收益、风险和时间因素三个方面。如果收益高、又安全、投资时间合适,那么,这种证券就有吸引力。投资者就很快对吸引力大的证券做出反应。可是对缺乏吸引力的证券,投资者则会无视它的存在。一般情况下,证券的吸引力是相对而言的,在很大程度上与周围的环境(即金融资产)有密切的联系。心理学家认为,人的感觉取决于外界刺激物的变化,在一个充满各种强烈刺激物的环境中,人的感觉会变得呆滞;相反,在一个只有微弱刺激的环境中,人的感觉则会变得十分灵敏。在充满激烈竞争的金融市场上,如果是一般的证券、一般的企业,很难引起投资者的注意,但是盈利高或大企业和信誉好的企业证券,则对市场的刺激量大,在市场上具有较强的吸引力。

那么,吸引投资者的证券与同类证券的差别是否越大越好呢?从经济效益角度看,提高投资者的收益率能增加证券吸引力,但收益率增加,也相应扩大了生产成本,企业难以承受。所以,差别并非越大越好,而是应该恰到好处。所谓恰到好处就是指这种差别刚好能引起投资者的觉察和兴趣的程度。

举例说,某企业的证券与其他同类证券在信誉、风险、时间等方面的差别虽然不大,倘使他们发行时的价格比同类证券低3%,它就能使投资者觉察到。发行企业通过价格上的吸引力来刺激投资者,扩大发行量。在心理学中,把这种刚刚能够感觉到的两个刺激物之间的差别叫做"最小觉差"(或称为差别感觉阈限)。

运用“最小觉差”原理对增加证券吸引力、筹集更多资金具有现实意义。发行企业应该以本企业的证券为根据，不断收集市场上的各种资料，努力探索研究，找到自己所需要的“最小觉差”。总之，发行企业要尽可能努力了解本企业证券在投资者心目中的“最小觉差”，使自己的证券在价格、风险、时间，以及广告宣传等方面产生“最小觉差”，并尽可能避免超过它。

在实际证券销售中，“最小觉差”的运用还必须根据市场情况灵活掌握。如，在紧缩银根时，市场上的资金价格会上升，这时企业要设法避免超过投资者的“最小觉差”，上涨的幅度要尽可能地小，跟在同类证券的后面一点一点的涨，让投资者不容易觉察到涨价；而在资金价格下跌时，为了引起投资者的注意，企业必须设法达到投资者的“最小觉差”，要抢在同类证券的前面跌，以增加证券的吸引力，从而扩大发行。

（二）投资者的需要

投资者在进行证券投资时，总是按照自己的需要去选择证券。当看到某一企业的证券与自己所需要的证券基本相同时，他们就会对该企业证券产生好感并乐于购买。投资者往往根据自己的需要去挑选和购买证券。如果证券与自己需要不相符时，他就根本不会去注意这些证券，即使注意到了，但因其不能满足自己的需要而不愿购买。因此，企业的证券要获得投资者的好感，首先一条是要研究如何满足投资者的需要。

投资者的需要是多方面的，既有得利的需要，也有精神需要，还有社会需要，但主要是得利需要。例如，购买股票，有的为了获取利息，或分红，或参加股东，有的甚至单纯是贮藏保值等。发行企业要研究投资者的种种需要，并努力去满足。

（三）一定的信息来源

投资者对于他们所尊重的政府官员和从事证券经营的专业人员的建议和看法，常常会予以特别重视。他们认为这些人提供的市场信息是比较可靠的，进而影响其对证券的态度和看法。例如，投资者在购买证券而拿不定主意时，如果有位有地位的官员发表了支持和肯定某一行业或企业的言论时，那么，投资者就会产生某种心理倾向，特别是对于小额投资者，在购买证券时，往往对金融市场的行情不了解，因此，专家、内行人的意见或行为就成为其做出某项决定的主要因素。金融市场上的从众行为就是一种表现。投资者的另一个重要信息来源是证券资信评估机构，资信公司所评定的证券等级都受到公众重视和投资者的信任，并且为证券发行人所接受。这是因为评级机构对资信评级比较客观。所以，发行企业应当借助投资者信任的信息来源，请资信评估机构对证券进行评估，这样可有效的加强投资者的购买信心。

（四）发行企业形象

有良好形象的发行企业，他们的证券容易得到投资者的信赖和偏好。因为投资者深信，购买这样企业的证券风险性小，而且收益也是可观的。因此，发行企业要重视在市场上树立自己良好的形象。

企业形象主要包括这个企业在本行业中所占的地位，是否有威望；资金是否雄厚；企业的注册商标；企业的信用状况；企业领导人的声望、能力和品质；企业的经营思想以及企业的劳资关系等。新创办的企业，投资者不了解，会影响企业在市场上发行证券。良好的企业形象是企业一种重要的无形资产，也是影响投资者认识和看法的重要因素之一。

（五）投资者的兴趣

兴趣，对活跃证券市场具有极大的意义，是投资者从事投资活动的重要动力。心理学家认为，兴趣与认识相联系。对证券的认识越深，兴趣越浓厚；反过来，对证券越感兴趣，对投资者认识活动影响越大。在证券市场上，如果投资者对钢铁、汽车行业很感兴趣，那么，他的投资范围总是离不开钢铁、汽车。兴趣不仅能反映投资者的心理特点，而且促进投资者注意收集自己感兴趣的证券买卖资料，积累一定的知识，为未来的购买活动作准备。

投资者对某些证券发生兴趣时，总是伴随着愉快、满意等情感体验，这种情感体验往往又通过语言和行动表现出来。在发行和管理证券活动中，企业应了解投资者的兴趣、并积极进行引导和鼓励，为证券市场创造良好的投资环境。

三、证券的资信评级

在前面一个问题中已经提到，证券的资信状况直接影响投资者对证券的看法。继续发行的证券是否对投资者有吸引力，新证券能否批准上市，其资信情况是一个重要因素。这是因为，金融市场上证券的种类和数量很多，而投资者对证券认识的广度、深度有限。投资者为了更准确地了解证券的风险和收益，为了便于证券管理机构加强管理，因而需要借助比较客观的证券资信评级作为认识的依据。目前，在西方国家，普遍建立了专门的资信评级机构，在我国，专业银行也开办了对企业信用评估业务。

一般说，资信评级机构是独立的经营性企业，同证券交易所也无关系。资信评级机构所评定的证券等级都受到人们的重视和投资者的信任，并且为证券发行企业所接受。主要原因是评级

机构对资信评级比较客观，采取比较科学的分析技术和积累了比较丰富的实践经验。另一方面，长期以来，很少发现由于资信评定不准确致使投资者受到损失的事例。资信评级机构对投资者来说负有道义上的义务，但无法律上的责任，它对一些证券评定较好的资信等级，并无向投资者推荐这些证券的含义。对哪种证券进行投资，最后还是由投资者自己做出决定。

资信评级机构进行资信评级的主要根据是证券发行人当时提供的业务、财务报表和其他有关资料，评定的结果以《证券资信等级表》的形式通知企业。美国摩迪投资服务公司是一家具有权威性的资信评级机构，该公司关于长期债券资信等级的规定如下：

Aaa 级：最高质量证券，又称“金边”债券，投资风险小、偿还本金保险系数最大。

Aa 级：从各种标准衡量是高质量的，但其保险系数略低于 Aaa 级，而长期风险因素则大于 Aaa 等级。

A 级：属于中上等级债券，有很多有利投资的特点，有足够因素保证本息安全，但存在将来会产生对偿还本息能力怀疑的因素。

Baa 级：中等债券，有一定程度的风险，但不高。当时保证本息的因素是足够的，但从稍长远一点看，缺少一些保护性因素，带有某些投机性质。

Ba 级：被判断为有投机性质，不能认为将来是有保证的，对本息保护是有限的。

B 级：不具备理想的投资特点，还本付息或履行合同其他条件的保证是很小的。

Caa 级：信誉不好的债券，有可能违约，有危及本息安全的因素。

Ca 级：有高度投机性，经常是违约的，有明显的缺点。

C 级：等级最低的债券，前途无望，根本不能用来作真正的投资。

以上三等九级可以分为两大类：(1)Aaa —— Baa 为投资级；(2)Ba 级以下为投机级。

证券发行人的资信级别在金融市场上占有很重要的地位。比如资信级别高的证券，发行者将能以较低的成本筹集到资金，而且有利于发行额较大和期限较长的证券。对于投资者来说，风险性较小、有吸引力、乐于购买。

四、投资风险的觉察与减少风险的方法

在金融市场上，无论哪种资信级别的证券投资都存在着风险，只是风险程度的大小不同。因此，投资者在做出决策时都会有不同程度的风险感。投资者对风险大小的估计以及他们对风险的态度，将影响他们的投资决策。必须强调，投资者决策只受自己主观上所认为存在的风险影响，也就是他们主观上所觉察到的风险，尽管这种风险实际上是否存在还不一定，至于他们没有觉察到的风险——无论实际上的风险有多么大，都不会影响投资者做出投资决策。

（一）投资风险

风险指具有一定概率的、未来可能发生的危险。危险是多种多样的。在市场投资活动中，所谓风险就是指可能发生的财产损失，也可称投资风险。投资风险与投资收益是连在一起的，一般说，收益多大，风险就有多大。没有一点风险因素的投资是不存在的。

金融市场的风险主要集中体现在证券市场上，对证券投资

者来说，可能出现的风险有四种。

1. 商业风险或称经营风险，是指企业的盈利或股利不能达到原来预期的水平。这种风险是投资者所面临的最基本的风险。因为债券股票投资的主要目的，是获得债券利息收益或股息红利收益，而这两种收益的多少又取决于企业的经营状况。如果企业经营状况好，证券价格上升，投资者的收益就更多；反之，企业经营状况差，证券价格就下跌，投资者的收益就减少，甚至没有。这种由于企业经营状况造成的财产损失就是经营风险。

2. 利率风险。利率风险指市场利率变动，造成财产损失的可能性。证券价格与收益率成正比例变化，与利率成反比例变化，利率的变动会影响价格发生变动。当利率升高时，价格就会下跌；而价格下跌则意味着投资者手中拥有的证券财产减少。

3. 市场风险。这里指投资者心理态度的变化引起证券市场价格的不确定性。人们的心理波动对证券价格有很大影响。当出现社会不稳或政治事件、自然灾害时，人们的心理就会产生波动，进而导致价格变化。在股票市场上，这种风险尤为显著。例如，在西方国家选举总统时，不同党派可能获胜的消息都可能引起股票价格大幅度波动。因为每位总统经济政策不同，新总统可能支持某些行业而不支持另一些行业，受国家支持的行业的股票价格可能上涨，而不受国家支持的行业的股票价格就会下跌。对于持有这类行业的股票持有者，股价下跌就意味着财产的损失。市场风险就是指受到这一类财产损失的可能性。

4. 购买力风险。购买力风险指价格水平变动导致资本本金与收益的损失。这种损失主要是市场物价水平提高，购买力降低造成。购买力下降主要是通货膨胀引起的。如投资者持有某种债券，年息6%，面值为100元，一年后可获本息106元，若这一年通货膨胀率为10%，则现在100元可买到的东西，一年后要

用 110 元才可买到。因此，现在若用 100 元买债券，一年后加上利息，还买不到现在用 100 元可买到的东西。可能出现的这种情况，就是购买力风险。

证券市场上到处是获取收益的机会，而收益之中又隐藏着种种风险。投资只能在收益性与风险性之间选择，若为求得安全，则必须放弃优厚的收益；若选择优厚的收益，则必须承担更大的风险。投资者在风险和收益面前的主要态度有：

第一，若某些证券收益较稳定时，此时证券价格随风险自动调整，若风险较大，证券价格就相对降低，直到有人认为与风险相比值得购买为止。价格与风险的这种反比例变化，抵消了风险的影响，增强了投资者的欲望。

第二，投资者总是相信自己的风险分析技术或信息来源，相信自己能够预测风险，并采取相应的措施避免风险。

第三，即使投资有很大风险，但风险越大，收益也越高，即使冒很大风险，但为追求更大收益，有百分之一的机会也不错过。

（二）投资者对风险的觉察

投资者在做出决策之前，必须对金融市场未来和购买的证券前景进行估计，这时，投资者就可能觉察到风险的存在。如对金融市场 价格变化把握不定，或对企业发展情况不明，或可能从没有接触过的这类证券，等等。因此，难以做出决策或对自己做出的决策缺乏信心。

投资者对风险大小的觉察，受到投资者本人及环境的影响。

首先，觉察风险大小取决于投资者本人。若投资者具有丰富的投资经验与专业知识，具有较高水平的投资技能，那么，他对风险的觉察就比较灵敏。善于觉察风险的投资者看问题较深、视野开阔，对各种风险也都估计得较准。而初次进入证券市场和不善觉察风险的人容易被某种现象所迷惑。如对某种证券风险估

计，不善觉察的人可能看不到风险或只看到一种风险，而善于觉察风险的人则能及时发现风险，甚至多种风险。而且，他们所觉察的风险性质和程度也往往不同。

第二，投资者觉察风险的大小还与证券性质种类有关。如购买股票比购买公债觉察到更多的风险，这是因为发行机构的性质不同。购买大额的股票要比购买小额股票更容易觉察风险，这是证券的价值高低在起作用。

再有，投资者觉察风险的大小还会随着信息传播和购买方式不同而变化。一般说，情况明、信息多、透明度高，对未来就看的更清楚，也就更利于觉察风险；相反，就不便于觉察风险。

(三)投资者减少风险的诀窍

证券投资有利润就有风险，利润越高风险越大。由于风险不可避免，因而最好的办法是学会减少风险的诀窍。目前，证券市场上最基本的办法是分散风险和投资组合，这也是减少风险的诀窍。

1.分散风险。这种办法的理论是：同时握有多种不同行业的股票所产生的风险，必定小于仅握有一、两家公司股票所产生的风险。而且，持有的股票种类越少，风险就越大，所遭受的损失也就越大。风险分散的办法如下。

第一，企业单位的分散。投资人不能将全部资金集中购买一家公司的股票，以防万一。

第二，企业种类分散。有一部分投资人因某一种企业较为熟悉，而将资金全部购买其股票，一旦企业遇到不景气，投资人就大受损失，因此，还是分散购买不同性质、不同种类的股票，这样风险小。

第三，季节分散。依靠进出以取得差价收入者，更应注意股市淡季与旺季，如能在时间上分散，也可减少损失。

投资者根据以上三原则作参考，然后再投资，可将风险分散，有助于减少风险损失。

2. 投资组合。投资风险不仅可以分散，而且还可以采用组合，使风险降低到最低点。所谓投资组合，最简单的说法，就是依据股票的收益与风险程度，加以适当的组合、搭配，以降低风险负担的方法。

投资组合的基本前提是：在同样风险水准下，投资人选择利润较大的股票；在同样的利润水准下，投资人选择风险最小的股票。

减少风险的诀窍除了风险分散法和投资组合法外，还有“滤嘴法”、“计算人头法”、“景气预测法”，等等。限于篇幅，这里就不详细介绍了。

3. 新进场投资者四忌。新参加金融市场投资活动的人，在进行投资之前除了必须了解投资行情和投资利润分析的技术外，还必须具有风险意识，加强心理的训练，否则，进入市场时，就会难以控制自己的行为而受到损失。根据股市的特点，新参加投资的人在进入市场之前，必须记住四忌，即忌过热、忌过冷、忌急躁、忌过拖。

(1)忌过热。这是指不要追逐过分热门的股票。因为过分热门的股票往往涨价、跌价幅度都很大，虽然这种股票收益很有刺激性，但不容易把握，特别是对初进入市场的投资者更是难以操作，因而往往带来损失。

(2)忌过冷。这是指不要投资过分冷落的股票，以免长期得不到收益，股票难以变现，缺乏流动性。

(3)忌急躁。这是指投资者不要过分急躁，不要过分慌张，冷静理智地抓住投资时机以买到(卖出)理想的价格。

(4)忌过拖。这是指只要有获利机会就当机立断。迟疑畏缩、

当断不断会贻误良机。

第五节　证券价格与“黑色星期一”的心理剖析

金融市场心理，是一个全方位开放的、通畅的、活跃的心理体系。构成这个体系的核心，就是证券价格心理，即价格因素引起的心理活动。价格心理最为敏感活跃，是影响金融市场稳定与波动的重要心理因素之一。

一、证券价格

我们已经提到，金融市场投资者的行为动力是证券将来的收益。证券的收益来自于利息、股息、红利和本金的升值部分。由于本金的升值与贬值变化大，因而它对投资者具有更大的刺激。

本金的升值或贬值由证券价格的涨跌引起。证券价格称为证券行市，即市场上证券买卖价格。当证券价格涨到证券的面值或原有价值之上时，则证券的本金获得增值；反之，则贬值。

债券的发行采取两种形式。一种是息票方式，即在债券的面值之外，再附加一定的息票或规定一定的利息率。债券到期，可以凭息票或债券取得利息。另一种是贴现方式，即债券规定一定的面额，发行时按低于面额的价格进行，债券到期时，债券持有人可以兑现债券的面额，面额与发行价格之差就是利息收入。

关于股票价格，有几个概念。票面价值是指企业发行的有面值股票并在上面标明的金额；清算价值，它是企业在清算时，每个股份所代表的实际价值；内在价值，这是投资者等认为股票真正代表的价值；市场价格，即股票价格，是股票流通市场上的买卖价格。它除了受公司盈利状况、企业前景等影响外，还受政局

变化、市场变化、投资者心理变化等的影响。股票市场是一个波动的市场，股票价格也处在不断变化之中。

无论证券价格受什么因素影响，但最终起决定作用的是银行利率。证券价格与银行信贷利率成反方向运动。

二、影响股价的心理因素

（一）市场信心的影响

广大公众对未来市场的信心状况必然影响股价的波动。有资料表明，在美国，伴随4年一次的总统选举，会影响人们对证券市场的信心进而出现证券行市波动。一般说，总统就任之初都要按照自己的主张，对政策进行一番调整。但公众对总统是否有能力促进经济发展和稳定市场不了解，因而信心不足，会影响证券市场的稳定。任期后的第二年，总统的经济政策明朗，而且为求得在下次选举中赢得选民的支持，必然会增加广大公众对证券市场的信心，从而导致股价上升。从本世纪以来的情况看，股票价格往往在总统选举后的一两个月内达到高峰，然后持续下跌，15个月后达到最低潮，然后逐步回升。

同样道理，外交、战争、天气等非经济因素，也会影响人们对证券市场的信心。战争往往会使一般的工业股票价格下跌，使从事军工生产的公司股票价格上升。但由于战争无法确定胜负，因而投资者心理很难把握。

（二）预期心理的影响

投资者购买股票，并不是看它现在价格多少，而是要估计它将来的价格。若预期将来的价格要涨、有利可图，那么，人们便踊跃购买，造成股票市场上供不应求，人们预期的涨价将变成现实。供求是所有不同预期心理的综合反映。由于人们对未来的预期很大程度上取决于信息的掌握，因此，股票市场上的各种消

息对人们心理影响极大。一个好消息会引起人们抢购，股价上升；一个坏消息又会引起人们抛售，股价暴跌。

从某种意义上说，金融政策对证券市场价格的影响也是通过人们的预期心理起作用的。当银行提高存贷款利率时，股票价格会下跌；而降低存贷款利率时，又会使股价上涨。这是因为，在利率提高的情况下，人们预期公司的生产成本会增加，尤其是借款进行生产经营的公司，其未来的盈利和股息会受到影响。因此，抛售股票的人增加，股价也就下跌。在证券市场上，金融政策是人们心里较为关注的对象。

（三）通货膨胀心理的影响

在通货膨胀时，投资者会有如下看法。

看法一：持有股票能够保值。他们是这样想的。

（1）股票代表股东对公司所享有的权益，通货膨胀时，公司的固定资产——如土地、厂房、机器设备等的价值并未因通货膨胀而减少；

（2）通货膨胀与物价上涨是一体两面，物价虽然上涨，发行公司的产品售价自然也一样上涨，盈利增加；

（3）因通货膨胀造成货币贬值，手中持有闲散资金者必然急急忙忙去投资，因此，股票行情也将受到影响，所以，持有股票可以保值。

看法二：持有股票是不明智的。其心理活动是：

（1）通货膨胀初期，发行公司产品售价虽然上涨，然而成本也会提高，这对公司是不利的；

（2）近代世界各国的趋势是物价一直上涨，可股价却不可能永远上涨，那么持有股票就划不来；

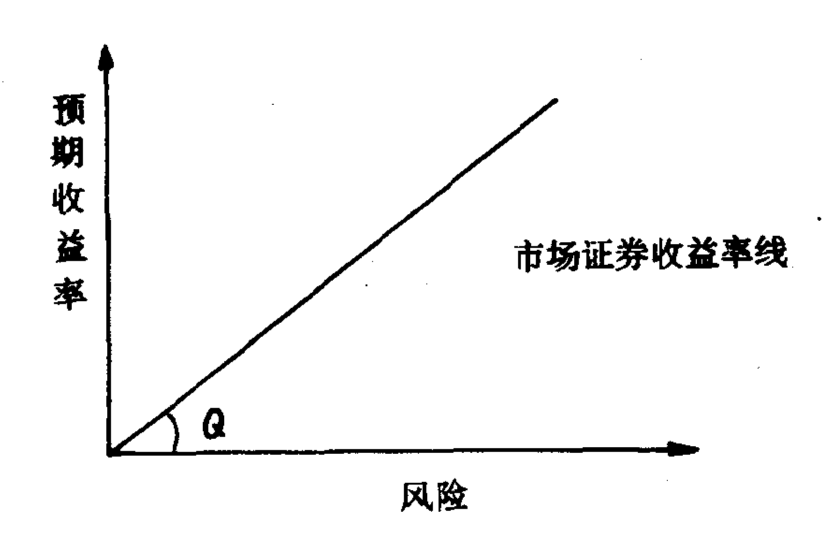
（3）在油、电涨价前，所持股票的水准对损益有影响，如果原来股价属于上升状态，则难免受到打击，在股价已经下跌，处于

很低的情况下，影响就小些。

总而言之，在通货膨胀的情况下，人们对股票价格的心理很复杂，看法不一，也很敏感，股票市场行情波动频繁，甚至会发生暴涨暴跌情况。

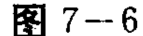
综上所述，决定证券价格的基础是银行利率和供求关系，但心理因素影响也是非常重要的。不论哪一种心理因素，归根到底是对证券风险的估计和收益的预期。一般的投资者是不喜欢冒风险的。因此，他们对某种证券估计的风险越大，所要求的收益率也就越高，并且这两者之间存在着一种正比例关系。这种关系叫做市场证券收益率线。用图式表示如下，见图 7—5。

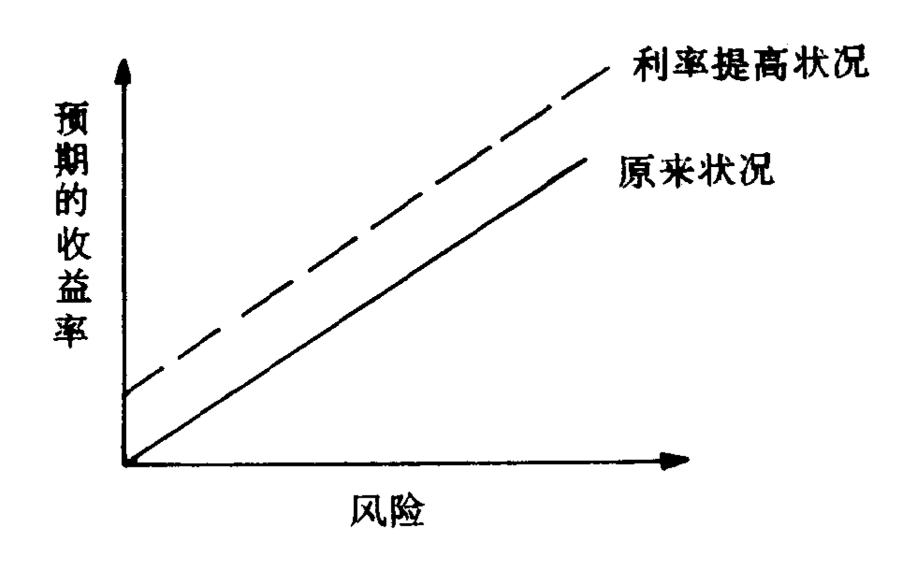
图 7—5 市场证券收益率线



市场证券收益率线的斜率反映了投资者厌恶风险的程度。斜率越大，表示投资者越厌恶风险，如果他们不厌恶风险，市场证券收益率线将成为一条水平线。

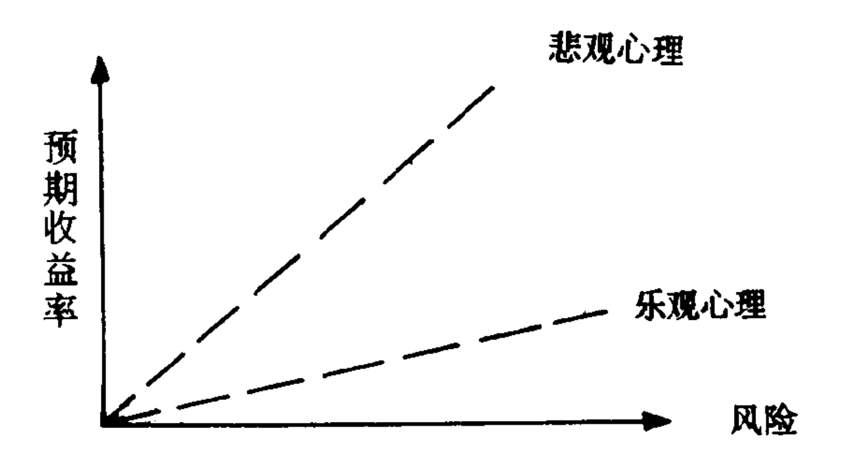
在一个时期，市场证券收益率线随着利率和投资者心理状态的变化而变化。如果金融市场上的各种利率即将普遍提高（如即将出现通货膨胀的情况），它将会向上移位（见图 7—6），


图 7—6



如果投资者心理出现悲观心理或乐观心理时，市场证券收益率的斜率也会发生变化。如投资者对经济的展望从悲观转变为乐观时，市场证券收益率线的斜率变小，而不是全线向下移位。投资者对证券要求的收益率一如既往，但他们对一切有风险的证券要求的收益率却较低了。风险越大，投资者要求的收益率也就越低于以前要求的收益率。（见图 7—7）。

图 7—7



在上面三个图例中，我们在纵坐标上都采用了预期收益率这个术语，在这里需要给予说明。所谓投资者持有的某种证券预期收益率，就是用当初买价去除以他预期的该种证券市价与发行公司支付的现金额之和，再减去 1。如，某人以 50 元买进某种股票，如果他预期发行公司在年末将付给股利 2 元，该种股票支付股利后的市价为 53 元，那么，预期收益率为：

$$K = \frac{2 + 53}{50} - 1 = 10\%$$

三、“黑色星期一”的心理剖析

1987 年 10 月 19 日，美国纽约华尔街的股票市场发生了历史上罕见的暴跌现象，以至美国各大报纸均冠以“黑色的星期一”醒目大字标题。

纽约的股市暴跌，先是在与纽约只有 5 个小时时差的伦敦市场引起连锁反应，其后又在太平洋西岸的东京市场刮起了“飓风”，而伦敦和东京以及其他市场的“过度反应”又对纽约市场起到推波助澜、火上浇油的作用，从而使全世界的股市在同一天狂泻不止。

这次美国股市暴跌具有三个显著特点：一是来势凶猛，跌幅空前，仅 10 月 19 日就下跌了 22.6%，比 1929 年 10 月 28 日大萧条开始时股票跌幅（12.8%）几乎要大一倍。二是全面下跌、损失巨大。除了道·琼斯工业指数所包括的 30 种热门工业股票外，还有大约 1800 种其他股票也发生了暴跌。从 10 月 14 日至 20 日，美国股市损失了 6480 亿美元。三是波及全球，冲击猛烈。在美国股市狂跌的冲击下，英国、联邦德国、日本等世界最大的股票市场都出现了历[illegible] 14 日至 20 日，世

界股市共损失 1.4 万亿美元。整个西方世界金融市场陷于一片混乱恐慌之中。

对于这次纽约股市暴跌的原因，世界许多权威专家提出了不同看法，其中，不少行家认为导致纽约股市暴跌的主要原因是公众对美国未来经济失去信心及投资者突然产生的恐惧心理所致。

行家们分析，里根上台 6 年多，虽然使美国经济摆脱了 70 年代的“滞胀”并存困境，但却造成了巨额财政赤字和外贸逆差，特别是高财政赤字已成为美国公众心理不稳定的新根源。里根总统从 1985 年开始多方设法解决上述两个问题，但一直未能取得成效。按照格拉姆——拉德曼平衡预算法的规定，1986 年的财政赤字应降至 1719 亿美元。但执行的结果，该年度的赤字却比 1985 年增加 88 亿美元，1987 年度财政赤字仍不下 1800 亿美元。为了弥补财政上的巨大亏空，不得不大举借债。里根政府 6 年期间，国债总额增长了一倍以上，增加额达 1.12 万亿美元。不仅如此，1987 年美国还沦为世界上最大的净债务国，外贸逆差从 1985 年的 1336 亿美元增至 1986 年的 1562 亿美元。1987 年头 8 个月的外贸逆差累计已达 1100 亿美元。上述两个问题解决不了，美元下跌，通货膨胀加剧，也就势不可免。在此背景下，公众对美国能否解决当前严重经济问题失去了信心，对美国经济前景感到悲观失望。

10 月 14 日，美国公布了 8 月份外贸逆差为 156.8 亿美元，继 7 月份出现 164.7 亿美元外贸逆差之后又一次超出人们的预料，当天，道一琼斯指数就下跌了 95 点。

美国财政部长贝克 10 月 15 日和 18 日两天公开对西德提高中央银行重新购回贷款利率表示不满，表示美元将可能进一步下跌，因而降低了人们对美国经济的信心，起了火上浇油的作

用。

在保持经济景气和稳定美元汇率这两个目标上，美国表示保持景气更为重要，这就使人们对能否稳定美元汇价产生更大的怀疑。

在政治因素上，由于海湾局势险恶，美国卷入程度加深，引起人们对油价上涨的担心，从而助长了股票市场投资的不安定心理。

综合上述各种不稳定心理因素，人们为了保护自身的长远利益和眼前利益，在情绪的感染下，纷纷抛出股票，股市暴跌，于是发生了 10 月 19 日纽约股市的震荡。

金融心理学认为。心理因素对金融市场有很大的影响，而以股票市场最为明显。从某种意义上说，公众对未来的心理预期及信心的变化，左右着股市行情。如果人们对整个经济信心十足，持乐观态度，那么，股票综合指数就会呈上升的趋势，因为这时人们的投资愿望及对股票的购买力强盛；如果人们对经济前景比较悲观，信心下降，那么，股市就会持续下跌，这是因为人们的心理预期和投资意愿低落。在此同时，心理因素还会大大加速股票市场的价格忽高忽低，甚至大大背离股票的实际价值。任何与经济、金融有关的信息，都可能影响到人们的心理预期变化，进而导致股票市场价格的涨落。美国纽约发生的“黑色星期一”，就是心理因素影响股票市场最典型的事例。

第六节　金融市场心理承受力

金融市场的正常运行，要有相应的金融市场心理为基础。在前面讨论中，我们曾多次使用过金融市场心理这个概念，所谓金

融市场心理是指人们在金融市场活动中，以极敏感的直接方式对金融市场关系的体验反映。它是人们在金融市场活动中以直接的感受能力对事物做出反应而产生的，并通过人们之间心理上的相互作用过程来实现。金融市场心理是一种适应货币资金客观要求的精神力量，它以内调控机制激励、调节着人们的金融行为，从而成为金融市场运行的重要支柱。因此，建立和完善社会主义金融市场，不能忽视金融市场心理的建设。具体说，就是要培养良好的心理素质，提高金融市场的心理承受力。

一、金融市场心理承受力的概念

所谓金融市场心理承受力，是指人们承担由于金融市场的刺激而造成心理负担的能力。在这个心理承受力的限度内，它会抗衡和抵制市场的刺激，从而使刺激不产生大的心理反应。例如，观察人们对股票行市变化的反应，当股票行市在一定范围内波动时，有的人心理承受力强，不会引起特别的反应，但有的人对股票行市变化感受性极强，行市稍有波动，往往就会产生反应，甚至恐慌。应当指出，金融心理承受力总是建立在一定的市场物质基础上的，并且受金融意识、价值观念的指导。

心理学家认为，社会刺激量与心理反应成正比。刺激量越大，心理反应越强烈；刺激量越小，心理反应越微弱。但是，由于心理承受力的高低不同，因此，会改变这种刺激量与社会心理反应之间的关系。在同样的刺激量情况下，心理承受力越大，心理反应就越小，两者成反比；或者在达到相同的心理反映程度的情况下，心理承受力越小，所需施加的刺激量也就越小，两者成正比。金融市场的调节作用就在于通过金融政策、利率杠杆和资金价格波动来实现。市场总是经常发生变化的。有变化就有刺激。

从稳定金融市场和发挥资金使用效益的意义上说，提高金融市场心理承受力是非常重要的。

二、金融市场心理承受力的内容

金融市场心理承受力是对这一现象概括的描述。而事实上，金融市场心理承受力又是由许多具体内容组成的。从我国目前的现实来看，金融市场心理承受力主要表现在以下几方面。

（一）市场负债的心理承受力

负债不仅要还债，而且还会给负债人造成一种心理压力。因此，有人惧怕借债，不敢借债，“无债一身轻”，就是这样一种心理的表现。但是，对于一个具有一定金融素质的人来说，心理承受力就可能比较强，能敢借善用，“借鸡下蛋”，充分利用借款来发展自己。另有一种情况，在市场机制不完善的情况下，盲目借款、超负荷借款，这就不是负债心理承受力强的表现，而是一种心理病态，另当别论。

（二）市场风险的心理承受力

任何一项投资都包含着风险。没有风险的投资是不存在的。风险意味着资产损失的可能。但是，市场风险与市场机会是同时存在的，要想获得成功、获得盈利，就必须具有不畏风险、敢于承担风险的精神，在风险中寻找成功的机会，胆怯和懦弱在金融市场上是无所作为的。

（三）资金价格的心理承受力

资金价格总是随着市场形势发展而变化，时涨时落、有降有升，甚至出现较大幅度的暴跌暴涨。对于市场资金价格波动，每一个市场参与者不得不接受挑战，承受资金价格波动的心理压力。心理承受力较强，能适应价格变化，作出合理反应；而心理承

受力低的人，则容易引起紧张、恐惧心理。

（四）市场竞争的心理承受力

金融市场的重要特征就是竞争。竞争，必然有成功与失败、顺利与挫折。顺利能增强信心，带来满足；挫折不必沮丧、悲观、一筹莫展。人的竞争行为是受一定的竞争动机支配的。人们在参与金融市场竞争活动中，难免会碰到这样或那样的失误，这是不可回避的现实。但重要的是要保持良好的情绪状态，发挥潜在的智慧和能力，增强信心，寻找机会，在竞争中取胜。任何有效的竞争活动，不仅需要创造性的思维和足够的实力，还应具备一定的竞争心理承受力。

三、提高金融市场心理承受力

金融市场的心理承受力不是与生俱来的，而是人们在金融活动中，通过金融环境持续不断的影响和金融实践逐步形成的。因此，金融市场心理承受力具有历史的继承性，表现为众多的“习惯心理”。长期以来，我国实行的是高度集中统一的计划经济，一切信用集中于银行，居民个人不能进行投资，企业所需资金都由银行和财政包下来。在这种条件下，我国的金融市场也仅仅是一种单一的以银行为中介的间接融资市场。1980年以后，随着经济体制改革和金融体制改革的不断深入，我国金融市场的各种结构市场开始逐步形成，不仅有了企业债券、金融债券和国家债券等短期资金市场，而且还形成了包括企业股票、长期债券市场、国库券市场在内的长期资金市场。许多人特别是大、中城市和沿海开放地区的人们通过参与金融市场的实践活动，对金融市场，包括竞争、风险、市场波动等，在观念、态度、情感和习惯行为上有了一定转变，金融市场的心理承受力有了比较大的

提高。但是，总的说，旧的传统观念、传统体制习惯行为还没有完全改变，在感受和情感上还难以接受市场波动的震荡，对风险、竞争等缺乏充分的心理准备，而对资金供应上的“大锅饭”和“窖藏金钱”，仍有一种难舍难分的微妙情感。在有计划商品经济条件下，与现代金融市场发展要求相比，目前我国金融市场的心理承受力与之是很不相适应的，并且成为阻碍我国金融市场发展和提高市场资金效益的一个重要因素。

影响金融市场心理承受力的因素很多，思想观念、感情态度、认识习惯等都是决定其高低的因素。所以，我们在提高金融市场心理承受力的过程中，应注意以下几种方法。

（一）让人们逐步适应金融市场活动

适应是指人的感受性对不断作用于它的客观刺激的一种顺应，它表现为感觉阈限的降低或升高。在金融市场活动中，人对这一活动的适应过程是经常发生的。连续观察人们对银行利率或市场资金价格变动的反映，就会发现，人们对一定程度的利率上浮或资金价格波动，已经在不知不觉中逐步适应了。而在金融改革刚开始时，人们对利率或市场资金价格变动的感受性极强，极敏感。人的这一心理特点，要求我们在建立和完善金融市场过程中，方法要适当，步骤要合理，由浅入深、由点到面、循序渐进，这样才能使人们在逐步建立和完善起来的金融市场中得到锻炼，不断提高金融市场的心理承受能力。相反，任何情况不明的市场开放和大起大落的市场波动，都会造成人们心理的恐惧、紧张，使金融市场发生紊乱和失控，而不利于培育良好的金融市场心理环境和提高心理承受力。

（二）增强金融市场意识。

在建立和完善金融市场的过程中，要重视强化社会金融意识，通过宣传媒介等，传播金融知识和金融信息，引导人们参与

金融市场活动,潜移默化地转变人们的态度,使其完成情感位移,不再害怕市场竞争和震动,不害怕风险等,增强对未来的市场刺激和冲击的承受力。增强金融意识是提高金融市场心理承受力比较有效的办法。

(三)提高人们的情绪指数

人们在进入金融市场之前,都会表现出一定的情绪指数,即人们希望通过市场获得的利益数量与这种期望实际所能实现的数值之比。对金融市场的情绪指数大于或等于1,人们就会感到高兴和满意,人的情绪就会高涨。情绪指数小于1,人们就会感到失望和不满,情绪也就会低落。前者,对接受金融市场刺激的心理承受力相对要大,而后者则相反。在现实中,金融市场给人们带来的实惠只是一定的。所以,在宣传中,应让人们真正了解市场、真正认识到市场的复杂性。过度的宣传、不负责任的广告,不但不起好的作用,反而会降低人们的情绪指数,影响人们的情绪,不利于提高金融市场的心理承受力。

(四)完善金融市场法规,提供心理保障

金融市场法规是金融市场活动必须遵循的行为准则。它具有很强的威慑力和强制力,是稳定金融市场的重要工具。中央银行和经济执法机关依据金融法规,按照一定程序处理金融活动中的纠纷和违法情况,既保障了金融市场活动的正常进行,同时又维护了债权人和债务人的合法权益。因此,健全金融市场法规,使金融市场参与者有了心理依托,敢于大胆地进行投资或资金买卖,而不再为之担忧。完善的金融市场法规有助于提高金融市场的心理承受力。

目前,在金融市场比较发达的国家,金融法规都比较健全完整,普遍施行了《金融市场管理法》、《票据法》、《本票法》、《有价证券发行条例》以及《竞争和信贷控制法条》等,使金融市场的活

动的参与者有法可依、有章可循。

(五)建立和维护良好的金融市场信誉

金融市场活动是一种信用活动,金融交易是以信誉为基础的资金买卖或契约关系。参与金融市场活动各方的信誉及运用金融手段的信誉状况,不仅影响着金融市场的正常秩序,同时还决定着金融市场的心理承受力大小。信用关系好、信誉高、承受各种风险和波动的能力也就大。信誉是长期以来的经济、金融实力和金融经济条件在人们心理作用的结果。所以,提高金融市场心理承受力,还必须重视培养市场良好的信用关系,提高市场各方的信誉和金融手段的信誉。

(六)增加金融市场活动的透明度

这是指中央银行利用各种机会向金融界及金融市场说明金融政策的内容和金融市场发展的方向,求得各方面的理解和支持,从而使金融市场参与者能够按照中央银行的意图调整自己的行为,对未来的经济发展作好心理准备,同时避免国家金融政策在实施中产生剧烈的振动。为此,除需要保密的情报外,中央银行应定期公布信贷活动、金融市场趋势,发表有关财政、贸易、物价和经济发展的统计资料,政府和银行负责人要经常利用新闻发布会、演讲会和其他公共集会,说明政府对金融形势的看法、态度和要求。所有这些也都有助于提高金融市场的心理承受力。

第八章　银行管理心理

在银行管理中，人、资金和必要的物资设施是三个最重要的因素。其中，人又是最积极、最活跃的要素。一个银行的经营管理状况如何，关建在于人，在于人的主观能动性。因此，银行领导者要把人的因素放到管理工作的首位。既要理解人、尊重人，掌握职工的心理活动规律，充分调动他们的积极性、创造性，同时还要善于提高自己的素质，讲究决策艺术，做一名合格的领导者。下面我们将分别探讨银行职工、管理者、领导者心理与银行经营管理的联系，以及在银行管理中的应用。

第一节　管理者与银行管理

管理者是银行管理活动的主体。银行管理效益在很大程度上取决于管理者。马克思曾明确地把管理者称为“工业上的军官”，就象“在战场上‘不能没有’将军的命令”[①]一样。在银行管理工作中，同样也不能没有管理者。任何银行，如果有了一个有效的管理者集团，他们就会在全行上下彼此之间形成有利于各项工作进程的协作；反之，全行的工作难以协调。据心理学家的研究，仅仅依靠工作人员的自身努力，在正常情况下，集体成员

① 马克思《资本论》《马克思恩格斯全集》，第23卷，人民出版社19版，第369页

发挥其才能的预期值约占实际能力的60%，只有加上管理者有效的领导才能达到90%以上，可见，管理的问题主要是管理者的问题，对于银行管理来说也是同样如此。

一、银行管理者的概念

管理是人们共同劳动的产物。一般认为，所谓“管理”，就是合理地组织人力、物力、财力，安排好各项工作，高效率地实现预定目标的过程。银行管理属一种行业管理。就是在国家的方针政策指导下，按照一定的原则、程序和方法，合理地组织和运用银行的人力、物力和财力，正确处理好各方面的关系，以保证银行作用的正常发挥。

有管理活动就有管理者，什么是管理者呢?

美国管理学者德鲁克在《有效的管理者》中给管理者下了一个定义：在一个现代的组织里，每一位知识工作者如果能够由于他的职位和知识，对该组织负有贡献的责任，因而实质地影响该组织的经营及达成成果的能力者，就是一位管理者。……这样的一位管理者，不可仅以执行命令为满足，而必须作决策，他负有提供贡献的责任。他既然具有知识，更应该比旁人具有更好的正确决策的能力。……只要他有一天身为管理者，他就不能忘记他的目标、他的标准和他的贡献。在这里，德鲁克正确地指出了管理者概念的基本属性、职位、责任、知识、能力、决策、绩效、标准等，对管理者这一概念做出了基本描述。

我们认为，在社会主义条件下，管理者是指具有一定知识、能力和权力的，从事管理活动的人。银行管理者就是在社会主义银行中，具有金融经济管理知识和能力，拥有相应的权力，从事金融决策等金融管理活动的人。

“拥有相应的权力”，是银行管理者的第一属性。社会上懂管理、具有一定管理能力的人很多，但未必都是管理者，能否成为管理者，这取决于他们是否有相应的权力，诸如决策权、指挥权、奖罚权等等。管理者的权力是管理活动正常进行的保证。需要权力不是少数人的主观愿望，而是社会化生产的客观要求。

德鲁克在阐述管理者时反复讲到了责任，实际上责任和权力是连在一起的，有权就有责，有责就需要相应的权力。近代管理科学的奠基者法约尔说：“责任是权力的孪生物，是权力的当然结果和必要补充，凡权力行使的地方，就有责任”。所以银行管理者“拥有相应权力”的第二重涵义就是责任。所谓责任，就是要求管理者正确运用权力进行管理，达到预期的管理目标。这和德鲁克所说的管理者目标、标准和贡献是一致的。

“能力”是银行管理者的第二个属性。能力是书本知识与实践经验结合并升华的产物。但是，在实践活动中，书本知识不能满足人们前进的需要，只有在掌握书本知识的基础上勇于实践，才能获得“活”的知识，即各种能力。银行管理者必须具有一定的能力，包括观察能力、思维能力、决策能力、处理问题能力等。能力是银行管理者所具有的从事银行管理活动的内在可能性。

“决策”是银行管理者的第三个属性。决策是行动的先导，是最重要的管理职能。各级银行管理者都经常面临着决策的问题。如信贷决策、储蓄新种类决策、财务决策等。尤其是各级银行的领导者更是无时不在进行着各种决策。决策是银行管理的核心。银行管理者在各项决策过程中发挥着能动的、创造性的重要作用。银行是国民经济的“总枢纽”，银行管理者在处理信息的过程中起着决定性作用，根据输入的各种经济金融信息，管理者运用自己的能力，做出判断，形成新的决策。这个新决策就是指导银行业务发展的指令。因此，不进行决策活动的人就不能充当银行

管理者。

二、银行管理者分类

银行管理活动主要由四个部分构成，或者说，包括四个子系统，即决策系统、执行系统、监督系统和智囊系统。任何一项稍微复杂的银行管理活动，都是由决策系统制定方案，执行系统加以贯彻，并由监督系统监督执行，而智囊系统则沟通决策系统、执行系统和监督系统之间的联系，为决策系统服务。银行管理者也都分布在这四个管理阶段中。

（一）咨询管理者

在银行管理过程的第一阶段——预测阶段工作的管理者称为咨询管理者。如总经济师、总会计师、总稽核师，以及科研、信息部门的管理者等。银行咨询管理者的工作，一是根据国家的金融政策法规和银行外部的信息，对银行未来的发展进行分析预测，为银行决策提供咨询。二是根据有关方面提出的银行发展的课题，收集和综合分析银行内外的大量信息，选择最佳的解决方案。咨询管理者的意见和建议是对整个银行而言的，具有战略性。咨询管理者一般不直接管理具体的业务活动，而是分析研究银行目前和未来发展的问题，咨询管理者的意见和建议只有在被决策管理者采纳后，才能变为银行决策，指导银行业务的发展。

（二）决策管理者

在银行管理过程的第二阶段——决策阶段工作的管理者称为决策管理者。决策管理者属银行的最高层管理者，即各级银行的行长。咨询管理者的意见和建议被决策管理者采纳后，有时还要修正或补充，才能形成银行领导决策，即银行决策。决策管理

者的决策具有战略性，是指导银行工作的原则、计划和命令。

（三）执行管理者

在银行管理过程的第三阶段——执行阶段工作的管理者称为执行管理者。决策管理者输出银行决策的信息后，就需要有管理者组织职工执行银行决策，对于专业银行来说，最重要的特征是筹集和运用资金。所以，银行决策，首先是在银行的业务部门中执行。以基层专业银行为例，银行执行管理者就是基层办事处、分理处及业务科室的负责人。执行管理者的首要任务是根据银行决策做出本单位、本部门的决策，这种决策是战术性的，决策执行的范围主要限于本单位本部门的工作。

（四）监督管理者

在银行管理过程的第四阶段——监督阶段工作的管理者称为监督管理者。监督管理者主要包括银行稽核、监察、纪检等部门的负责人及担负相应职责的人员。监督管理是按照有关的政策制度和计划目标，根据掌握的信息情况，对银行业务活动和人员进行检查、监督、控制，发现问题，及时进行纠正，并按规定进行相应的处罚，确保全行工作正常运行。

从银行管理全过程看，咨询管理者承担预测职能；决策管理者承担决策职能；执行管理者承担组织职能；监督管理者承担控制职能。四者共同承担协调职能，缺了哪一个职能都会破坏管理过程的连续性。从管理者本身看，每一个管理者除了承担自身的职能外，同时还要承担银行管理的其他几项职能，如执行管理者也要进行预测，根据经济金融发展方向预测本部门单位的发展变化，这就需要和咨询管理者密切联系；他还要决策，为了落实银行经营管理总目标，必须相应做出一系列战术性决策；他还要控制，否则，他就不能把握管理过程的状态。但是，执行管理者的重要职能是组织落实，如果执行管理者没有做好组织工作，即使

做好了其他管理工作，他仍然是失职的管理者。所以，银行管理的相互依存性决定了四种类型管理者是相互联系、相互依赖的。

在银行的经营管理活动中，总要有些工作人员为银行管理者收集、加工、传递信息，提出意见和建议，甚至进行有限的决策和组织活动，这些人员实际上是辅助管理者，例如，信贷部门的信贷员，计划部门的统计员、现管员和财会综合员等。

辅助管理者与管理者共同完成管理银行的任务，但两者之间是有区别的。从外界条件讲，银行管理者掌握管理权力，而辅助管理者一般与权力无关；从内在条件讲，银行管理对管理者和辅助管理者的责任要求也是不同的。所以，应当把银行管理者与辅助管理者区分开来。

三、银行管理者的心理疏导

研究银行管理者的最终目的是提高管理效率。银行是掌握信贷、结算、现金出纳和外汇收支四大业务的综合经济部门。银行管理者总是以集体形式而存在。因此，影响银行管理者的工作效率的因素除了管理者个人素质以外，还包括集体成员的特性互补、结构组合和心理相容等许多方面，这是提高管理者工作效率所应重视的方面。

（一）管理者的特性互补

由于个人的经历、智力、性格、价值观的不同，从而形成了个性差异。因此，在配备和组合银行管理者集体中各种职位的人员时，要注意每个管理者的不同特点、不同个性，使之取长补短、相互协调，形成一个具有较强适应性的整体，以提高管理者群体的工作效率。这一点之所以需要，是因为银行是经营管理货币资金的部门，计划、信贷、储蓄、会计、出纳、稽核等工作的不同特点和

货币资金业务涉及面广的情况，要求包括各级银行领导在内的管理者都应具有相应的知识、能力、品质和气质等，从而与所承担的管理工作相适应。例如，从气质上来说，储蓄管理者一般要求善于交际，富于感染力，容易适应环境变化；信贷管理者要求善于分析判断，反应迅速、控制力强；而对于从事内部综合工作的财会管理者，则要求体验深刻、注意力强、办事认真踏实等。列宁曾明确指出："最好是使这个机关有各种各样的人员，使我看到这个机关是多种品质和各样优点的结合，……举例来说，假定组成这个新的人民委员会的工作人员是一个模子的人，譬如都是官吏型的人，或者没有鼓动员性质的人，或者没有善于交际或深入他们不太熟悉的群众中去的人等等，那就糟糕透了"。① 据美国通用电气公司、杜邦财团、新哈汶铁道公司以及碳化物联合公司的调查，以董事长为首的管理集团应由下列四种人构成：一是善于思想的人，主要从事深谋远虑工作；二是善于活动的人，主要从事各种难题的调解；三是善于出头露面的人，做打头阵的工作；四是善于分析的人，从事综合分析的工作。

银行管理者在年龄结构上也应是互补的，形成一个由老年、中年、青年构成的具有最佳结构的综合体，这样不仅可以防止管理集体老化，保证管理工作的继承性，而且不同年龄层次的管理者在一起工作，可以互相影响、互相促进。岁数大的管理者受青年管理者充沛的精力和直率的性格冲击，会富有朝气，对新事物敏感；而青年管理者可以学习老年管理者的经验，变得更沉着和老练。

当然，银行管理者之间的这种互补、配合，其前提是充分考

① 列宁：《宁肯少些，但要好些》，《列宁全集》第 33 卷，人民出版社 1957 年版，第 447 页。

虑每个成员的知识、能力及年龄同所承担的管理工作要求相适应。一是个人胜任，二是相互配合，没有这两个前提，所谓互补配合也不会有多大效果。

（二）管理者的结构合理

按照系统论的观点，事物内部结构对于该事物的整体功能具有决定性意义。相同因素，结构不同，可能形成不同的功能。结构合理，可以使各个因素相互配合，发挥出单个因素所不能起到的作用。三位管理者加在一起，其功能可以是1+1+1>3，产生额外的系统效应。所谓“三个臭皮匠，顶个诸葛亮”，就含有这个意思。反之，结构不合理，尽管各个因素单独的功能很好，但也难以产生理想的整体功能。三位管理者加在一起，如果相互抵消或浪费，其功能可能是1+1+1<3，所谓“三个和尚没水吃”，说的就是这个道理。

如何做到银行管理者结构合理呢？一是人员要精干，管理集体的人数应当与工作相适应。如果人员太多、机构臃肿、人浮于事，则不利于提高管理效率；二是知识结构要合理，既要有懂信贷、会计、计划等银行业务的人，也要有了解工业、农业、财政、法律、社会经济知识的管理者；三是层次结构要合理，高层决策和基层执行的不同层次管理者都应配备。同时，在年龄、性别、性格等方面也都应组成合理的结构。

（三）管理者的心理相容

在银行管理集体中，培养成员之间的心理相容和社会相容性，对于增强集体团结，提高管理效率是十分必要的。

银行管理者的社会相容性，主要是指管理集体中成员的经营管理思想、价值观念等方面的相互融洽。比如，对银行的经营管理目标、信誉、服务质量、自身效益与社会效益的看法是否一致。这些是维系银行管理者集体存在、巩固和发展，提高管理效

益的一个基本的重要因素。否则,这个集体就会涣散而没有力量。

当然,这里说的相容不等于相同。对于一个较大的银行管理集体来说,各成员的需要、目标、价值观等不可能要求完全一模一样,或消除他们的需要、利益、奋斗目标方面的某些差别。相容就是个人的需要、目标与集体的需要、目标不矛盾,不冲突。

银行管理集体成员之间的心理相容,是指人们在性格、气质、情感、意志等方面的相容,它表现在成员之间有一种团结、愉快而积极的心理气氛,相互理解,相互支持。苏联著名的生理学家巴甫洛夫在谈到他所领导的研究集体的心理相容时指出:"在我领导的这个集体内,是互助气氛解决一切。我们大家被联系到一件共同的事业上,每个人都按照他自己的力量和可能性来推进这件共同事业。我们往往是不分什么'我的',什么'你的'。然而正因为这样,我们的共同事业才能赢得胜利。"①

在现实中,一些银行组织管理工作效率低,矛盾重重,重要原因之一就是管理者之间缺乏心理上的相容。他们相互设防,关系紧张,貌合神离,把时间和精力消耗在无穷无尽的纠纷之中。这样,他们也就没有共同工作的意向,最终使集体遭到破坏。事实告诉人们,心理上的相容对于凝聚全体成员,提高工作效益是十分重要的。

第二节 职工心理与管理

现代管理理论都强调对人的管理,是以人为中心的管理。银

① 巴甫洛夫:《巴甫洛夫选集》,科学出版社1955年,第32页。

行管理者要想成为一个有效的管理者，就必须正确了解自己的下属，对他们要有一个正确的认识，对他们的情绪变化了如指掌。这样才能动之以情、晓之以理，对症下药地做好对人的管理。这些都与社会知觉、自我认识、情绪、需要等职工个体的心理过程有关。上节简要地讨论了管理者。接下来我们讨论管理对象——银行职工的心理过程。

一、知觉

人的知觉与客观事物本应是一致的，但事实上，两者时常发生不一致。同样的事物对不同的人，往往产生不同的知觉。这说明，人的知觉的发生与人的经验、知识、价值观、需要和动机有很大联系。

心理学认为，影响正确知觉的主观因素有以下几种。

(一)知觉选择

人们想知道什么，了解哪些东西，往往是根据自己的需要、兴趣、经验、工作等，有选择地挑选一部分，这就是人人各取所需的社会知觉的一个特征。

有人做过这样一个调查，让 9 位信贷员分析一份反映一家企业全面情况的材料，阅读后要求他们各自写出他们认为最主要的问题。在这 9 位信贷员中，有 3 人从事技改信贷，2 人从事商业信贷，4 人从事工业信贷。由于各人所从事的具体工作不同，因而各自的知觉选择也不同，于是各人所写出来的，大多都是与自己以往工作和经验有关的问题，而不能反映这家企业的全貌。

(二)成见

成见是一种先入为主的思想方法。如果由于个人或社会的

偏见，人们往往对客观事物产生歪曲的印象。如，银行工作中，某个职工对某客户抱有偏见，或对某个领导抱有成见，那么，都会对对方做出不客观的评价，影响工作。成见与偏见都会使知觉偏离实际情况。银行管理者应当帮助职工消除任何成见和偏见。

（三）需要

人们因为对某方面需要心切，也会对客观事物产生不同的知觉。有时候，一个人会从自身的需要出发，有意无意地歪曲知觉的内容，使之尽量适合于自己的需要。如有的下级为了迎合上级意见，有意歪曲信息内容，所谓"报喜不报忧"之类；也有的下级为了使某个信息能引起领导或社会重视，添油加醋，任意夸张等。

一般地说，知觉对象越是能够满足个人的主观需要，或者说知觉对象对知觉者越是具有重要价值和意义，知觉对象也就越能被获得最清晰、最深刻的认识。

（四）哈罗效应

这是一种 以点概面、主观臆测的思想方法，它以事物的某一特性为依据，而忽视事物的其他特性，就对事物作全面评价，结果歪曲了事实。比如信贷人员仅根据企业的某一方面优点或缺点就给企业下结论，那就是片面的。

银行管理者要充分调动职工的积极性，首先要使职工对事物有一个正确的知觉，切忌上述列举的种种偏见和成见。在错误知觉的基础上根本不可能引出正确的认识和判断，也难以形成一个积极的、协调的工作环境。

二、第一印象

第一印象也称初次印象。两个素不相识的人第一次见面所

形成的印象称为第一印象。第一印象主要是获得对对方的表情、姿态、仪表、年龄、服装等方面的印象，这种初次印象在对人的知觉中发生重要的作用，它往往是以后与之交往（或不相往）的根据。

还有人把第一印象称起始效应。管理者与新来的职工初次相见，特别注意他的业务水平、外表、语言谈吐以及表情动作，从而会形成一种较固定的看法，如果初次见面时给人留下了良好的印象，那么，就会影响到管理者以后对他一系列行为的解释。相反，初次印象不好，职工要想改变管理者的这种知觉就需要很长一段时间。

同样，新上任的管理者若在下属职工中获得较为满意的初次印象，就能为日后彼此接触交往、搞好关系和进行有效管理打下基础，也有助于管理者威信的建立。“新官上任三把火”就包含着这方面的意思。

了解第一印象的作用，对于银行管理者具有积极意义。一方面，银行管理者在认识了解职工时，要尽量避免受第一印象的影响而发生对职工错误的看法；另一方面，管理者自己也应注意在职工中给人留下良好的第一印象，这显然有利于他今后的管理工作。

三、自我认识

每一个人都隶属于某个社会群体，但每个人都有“自我”存在的意识，在人际交往中这种感觉更为突出。自我认识，就是一个人自己对自己的看法。由于“自我”是客观存在的，所以是取消不了的。管理并不是取消职工的“自我”意识，而在于保持什么样的自我认识的内容和自我追求的目的。一味地去抑制职工个体

的这种认识和追求，都将适得其反。

心理学家认为，自我认识包括三个构成要素：物质自我、社会自我和精神自我。而此三种构成要素各伴有自我评价的感情（即对自己的满意与否）与自我追求的行为。

（一）物质自我

物质自我是指人对自己身体的存在有自觉的意识。既然有物质自我的存在，那么，也就有这个物质自我的追求，比如有的职工对奖金的追求、对住房及吃穿的追求等。

（二）社会自我

社会自我是指自己在社会上的地位和名誉。一般说来，人所处的社会地位是由他的职业和对社会的贡献所决定的。这种人对自己所处社会地位的知觉又称为人的角色知觉。

由于受封建剥削阶级意识的影响，在我们的社会中也有一种不良倾向，那就是按职业的差别来区分人的社会地位。从事信贷工作的人具有贷款决策权，在社会上"吃香"，而往往有一定的自豪感。而做出纳或后勤工作的人，又有一种角色的自卑感，显然，这些都是需要经过教育来纠正。

（三）精神自我

精神自我也称心理的自我，是指对自己的智慧、能力、道德水平、觉悟程度的认识。这方面的追求包括上进心、事业心、道德品质等。

银行管理者要有意识地引导和教育职工，不要只注重物质的自我追求，比如奖金、住房、吃、穿、行等，而是要赋予对社会主义精神文明建设内容的社会自我和精神自我的追求，单纯地追求物质自我的人的思想境界只能说是低级的，追求社会和精神自我的人的思想境界才是高尚的。

目前，银行的少数职工在工作上推三推四，而对报酬则斤斤计较，讲究“实惠”，这是单纯追求物质自我的表现，也反映了他们在社会和精神自我追求上的空虚。

银行管理者对职工的自我追求不能采取简单的压制办法，也不应放任自流，而是要根据心理学的自我认识的规律，因势利导地做工作，要积极提倡社会主义和共产主义内容的社会和精神自我的追求。如果职工在这方面的追求多了，那么，他们在物质自我方面的追求自然会减少，这项工作对于增强职工的进取心、事业心，培养集体荣誉感是十分必要的。

四、情绪与情感

人有喜、怒、哀、乐的体验，这种体验就是人对客观事物的态度的一种反映，心理学中称之为情绪和情感。情绪与情感具有肯定和否定的性质。凡是能满足人的需要的事物会引起肯定性质的体验，如快乐、满意等；凡是不能满足人的渴求的事物会引起否定性质的体验，如愤怒、哀怨、憎恨等。

情绪和情感是从不同角度来表示感情的复杂的心理现象。情绪通常是作为一般情感的同义词来运用，两者没有严格的区别，但是可以从不同的侧面加以说明。

情绪通常是在有机体的自然需要是否得到满足的情况下产生的。如当人们生理上的需要是否得到满足时，会产生积极的或消极的情绪体验；情感是人所特有的同社会性需要、与人的意识紧密联系的一种心理现象，它具有较大的稳定性和深刻性。如良好的工作环境和融洽的人际关系，以及丰富的文化生活，都能使人产生诸如愉快感、自豪感、幸福感等肯定的情感。

银行管理的对象是人，而人的情绪好坏直接影响人的活动

能力，最终反映到银行的活力和工作效率、工作质量上。情绪高的人，其工作效率高、工作质量好。反之，情绪低的人工作效率低，工作质量差。为此，银行管理者就要善于了解和掌握情绪变化规律，想办法控制职工的情绪，使职工情绪一直处于积极的状态中，这样才能保持工作效率的持续高涨。当我们发现某个职工情绪低落时，就要寻找原因，消除引起消极情绪的内外刺激因素。

那么怎样才能控制和调动职工的积极的情绪？首先，要尊重他们的人格，这是调动情绪的前提。自尊心是最敏感的情感，在管理中只有尊重职工群众的人格，平等交换意见，才能使他们心悦诚服，任何轻视的态度，都会激起职工群众的反感和内心的抗拒。

其次要善于培植感情。感情的建立是以诚相待的结果。古诗曰："投我以木瓜，报之以琼瑶。匪报也，永以为好也。"没有热情的关心，真心的感情便难以建立。我们提倡干部职工之间、上下级之间真诚相见，真情相处，只有这样才能彼此相容，达到思想共鸣。

要激发情感，还要善于利用各种时机，调动人们潜在的感情。情感有两极性，它可以表现为积极的或增力的，也可表现为消极的或减力的。积极的、增力的情绪可以提高人的活动能力，如愉快的情绪能驱使人积极的行动，而消极的、减力的情绪则会降低人的活动能力。利用对比来激发情感，这对改善管理，增强教育效果尤为显著。例如，宣传西方发达的金融经济和科学技术，才能认识我国金融科学技术的落后，以激励人们奋发进取。

在银行管理中，做后进职工的转化工作，也要利用情绪方面的有关知识。由于人的个体差异，转化的方法是多种多样的，

但是有一条规律是普遍遵守的，即“动之以情，晓之以理”。“动之以情”是手段，“晓之以理”是关键，促使转化是目的。

人是有思想、有感情的动物，要使人“服”，只有通情达理，才能心悦诚服。要打开一个人的感情之门并不是一件容易的事。具体做法是帮人要帮心，以“心”字为中心，做到：信心、关心、交心、知心、热心、耐心。

信心：做转化工作先要确立信心，相信经过做工作，后进者可以有不同程度的转变。

关心：从关心入手，打动对方。

交心：要打动人的感情，必须推心置腹地向对方交心。

知心：关心又交心就能做到知心。

热心：对待后进者要满腔热情，使人感到温暖可亲，叫人感动。

耐心：冰冻三尺非一日之寒，后进者思想顽固、反反复复，所以，管理者始终要有耐心。

这就是打开后进者感情门扉的钥匙。在后进者感情之门被打开之后，才能“晓之以理”，这样做才能达到使后进者转化的目的。

第三节 激励理论与应用

激励是银行管理中一个异常重要的功能，是管理心理学的核心问题。作为银行管理者，为了实现既定目标，就需要激励全体成员，以充分调动人们的积极性和创造性。本节仅从金融心理学的角度，介绍几种主要激励理论，并就社会主义银行中的激励问题进行讨论。

一、激励的概念与作用

激励就其词义上看，就是激发鼓动的意思。通过激发，在某种内部和外部刺激物影响下，使人始终维持在一种兴奋状态中。在组织行为学中的激励含义，主要是指激发人的动机，使人有一股内在的动力，朝向所期望的目标前进的心理活动过程。将“激励”这一概念用于银行管理，就是通常所说的调动人的积极性问题。

激励的特点是：有被激励的对象，即被激励的人；激励人有想从事某种活动的一种内在的愿望和动机，而产生这种动机的原因是需要；人被激励的动机强弱，即积极性的高低是人的一种内在变量，不是固定不变的；这种积极性是人们直接看不见、摸不着的，只能从观察由这种积极性所推动而表现出来的行为和工作成效上判断。

激励，对于调动人们潜在的积极性，出色地去实现既定目标，不断提高工作绩效具有十分重要的作用。

（一）激励是管理的最关键和最困难的职能

有效地组织并充分利用人力、物力和财力资源是管理的重要职能，其中，又以人力资源的管理最为重要。在人力资源中，又以怎样激励人为最关键和最重要。管理学家们早就能够精确地预测、计划和控制财力和物力，而对于人力资源，特别是对于人的内在潜力，至今无法精确地预测、计划和控制。

激励所以越来越受到重视，这是由竞争加剧，激励对象的差异性和其要求的多样化所决定的，其表现如下：

首先，在国内外竞争加剧的情况下，组织为了生存和发展，就要不断地提高自己的竞争力，为此，就必须最大限度地激励全

体职工，充分挖掘其内在的潜力。

其次，工作人员的表现有好、中、差之分，我们通过各种激励办法，就是要不断地使表现好的职工继续保持积极行为，使表现一般的和差的职工逐步地转变成为积极主动为组织多做贡献的成分。促使更多的职工能够自觉自愿地去为实现组织目标而努力。

再次，激励对象的要求是多方面的，要满足这些要求就必须采取多种激励办法，包括多给金钱、友谊、尊重和关心，好的工作条件，有兴趣和有意义的工作等等，适当地满足人的要求有助于达到激励职工的目的。

管理者的任务就在于对不同的人采取适合其要求的激励因素和激励措施。

（二）激励对调动内在潜力实现管理目标有重要意义

1. 通过激励可以把有才能的组织需要的人吸引过来，并长期为该组织工作。从世界范围看，美国特别重视这一点，它从世界各国吸引了很多有才能的专家、学者。这也是美国所以在许多科学技术领域保持领先地位的重要原因之一。为了吸引人才，美国不惜采用支付高酬金，创造好的工作条件等方法。美国国际商用机器公司(IBM)有许多有效的激励办法，如提供养老金，集体人寿保险和优厚的医疗待遇；给工人兴办了每年只交3美元会费就能享受带家属到乡村疗养的乡村俱乐部；减免那些愿意重返学校提高知识和技能的职工的学费；公司筹办学校和各种训练中心网，让职工到那里学习各种知识，如学习国际金融知识和编写计算机程序等。

2. 通过激励可以使已经就职的职工最充分地发挥其技术和才能，变消极为积极，从而保持工作的有效性和高效性。美国哈佛大学的心理学家威廉·詹姆士(Wliiam Jamells)在对职工的激

励研究中发现，按时计酬的职工仅能发挥其能力的20－30％，而如果受到充分激励的职工，其能力可发挥至80－90％，这就是说，同样一个人通过激励后所发挥的作用相当于激励前的3倍至4倍。

3. 通过激励还可以进一步激发职工的创造性和革新精神，从而大大提高工作的成效。例如，日本丰田汽车公司，采取合理化建议奖(包括物质奖和荣誉奖)的办法激励职工提建议。不管这些建议是否采纳，均受到奖励和尊重。如果建议被采纳，并取得经济效益，那么，获得的奖更重，结果该公司的职工仅1983年就提出165万条建设性建议，平均每人提31条，它所带来的利润为900亿日元，相当于该公司年利润的18％。

二、国外几种激励理论

前面我们曾介绍了马斯洛的需要层次论，除了这一理论外，在行为科学的研究中还有其他一些激励理论，这些理论反映了国外管理心理学的研究成果。尽管这些理论最终目的是为企业主创造更多的利润服务的，但另一方面，这些研究也在不同程度上反映了管理过程中的心理现象的某些共同规律。我们应当学习和借鉴那些反映共同规律的东西，为我所用。

(一)双因素理论

双因素理论又称保健因素——激励因素理论。它是美国心理学家赫茨伯格(F. Herzberg)于1959年提出的。

赫茨伯格通过对美国一个地区的200名工程师和会计人员的访问，发现职工感到不满意和满意的因素是不同的。他在1844个案例的调查分析中发现，职工感到不满意的因素都属于工作环境或工作关系方面的。这些因素包括公司的政策与管理、

监督方式，与主管者的关系，工作条件，金钱地位，安全等。赫茨伯格认为，如果工作条件等低于职工可以接受的水平，则会引起职工的不满；改善了工作条件，职工的不满虽然消除了，但并不会导致积极的工作行为。这类因素类似于卫生保健对人体所起的作用，它有预防效果，但不会直接导致身体健康。赫茨伯格把这类因素称为“保健因素”。另外，他又从1753个案例的调查分析中发现，使职工感到满意的因素是属于工作本身或工作内容方面的，如工作富于成就感，工作成绩能得到社会的承认，工作本身具有挑战性，负有重大的责任，能发挥自己的才能、技术，业务上能得到发展等。只有控制这类因素，才能激励人的行为，因此，赫茨伯格认为，要激励人的行为，必须从工作本身着眼，使职工从事内容更丰富的工作，使工作能发挥个人的智能，并使个人不断得到发展，见表8—1。

表8—1　　保健因素与激励因素

保健因素	激励因素
环境条件	工作本身
政策与管理	成就感
工作与待遇保证	得到社会承认
人际关系	挑战性的工作
生活环境	负有较大责任
工作环境安全性	个人成长与发展
金钱、地位	晋级、晋职

双因素理论实际上是把马斯洛的五种需要层次一分为二。低级的属于保健因素，高级的属于激励因素。但是马斯洛的需要层次论只研究了需要的结构，而双因素理论则揭示了需要和人的行为联系，具有一定的科学性。我们强调职工的积极性，首先要注意保健因素，消除职工的不满情绪，但更重要的是利用激励因素去激发职工的工作热情。如果只顾及保健因素，仅仅满足于职工没有意见，大家相安无事，还是不能创造出第一流的工作成绩。当然，至于哪些因素属于保健因素，哪些属于激励因素，不同组织有不同的划分，不能机械搬用。

双因素理论在西方的企业管理中受到人们的很大注意，许多企业力图把双因素理论用于实践，例如，让工人有机会参加工作的计划和设计，使工人负有更大的责任，获得责任感和成就感；实行弹性工时，使职工能够自由支配作息时间，使之感到满意，提高工作情绪等，在某些方面已收到了一定的效果。

把赫茨伯格的理论运用于银行管理中，可以分别采用直接满足和间接满足两种基本方法来调动职工的积极性。直接满足，又称工作任务内的满足。它是一个人通过工作所获得的满足。这种满足是从工作本身和工作过程中人与人的关系中得到的，它能使职工学习到新的知识和技能，产生兴趣和热情，使职工具有荣誉感、责任心和成就感，进而激励职工，产生极大的工作积极性。间接满足又称工作任务以外的满足，这种满足不是从工作本身获得，而是在工作以后获得。例如晋升、嘉奖或物质报酬和福利等等，都是工作之后获得的。其中福利方面，诸如工资、奖金、食堂、托儿所、职工学校等，都属于间接满足。间接满足虽然也与职工所承担的工作具有一定的联系，但它毕竟不是直接的，有些职工因此而感到满不在乎。

双因素理论还可用来指导奖金分配。在银行奖金使用中要

使奖金成为激励因素，必须与银行经营管理好坏，以及部门、个人的工作成绩挂钩。如果奖金不分经营管理好坏，不讲部门与个人成绩大小，采取“平均主义”的办法，那么奖金就会变成“保健因素”，即使给的奖金再多，也起不了激励的作用，甚至还会挫伤部分人的积极性。

(二)期望理论

期望理论是美国心理学家弗鲁姆(V. H. Vroom)提出来的。他认为一种激励，其所具有的作用大小取决于两方面的因素，一是期望值；二是效价。所谓期望值是指个人对某项目标能够实现的可能性大小的估计；效价，是指个人对某一目标(奖酬)的重视程度与评价高低，即个人在主观上认为这奖酬的价值大小。他用了一个公式加以表示：

$$激发力量 = 期望值 \times 效价$$

从这个公式可以看出，某种激励如果期望值很大，即可能实现的概率很大，同时，如果其实现又对个人的价值很高，那么这种激励的潜在作用也就很大。如果期望值与效价两者之间有一个为零，则激励作用将消失。

弗鲁姆认为，根据人的期望模式，为了有效地激发职工的工作动机，需要正确处理好三种关系：一是努力与成绩的关系，努力与成绩的关系取决于个体对目标的期望值。只有当个体主观上认为达到目标的期望值很高，才会有信心、有决心，才会激发出强大的力量。二是成绩与奖励的关系。人总是期望达到预期的目标后能够得到合理的奖励(这种期望往往不易表露)。否则，人们被激发起来的力量会逐渐消退。三是奖励与满足个人需要的关系，应当根据个人不同需要，采取多种形式的奖励，才能最大限度地挖掘人的潜力。

期望理论揭示了激发力量与效价和期望值之间的某种规律

性，有一定的科学性，可供银行管理者参考。

银行在实施奖励制度时可以借鉴期望理论。例如，某储蓄所试图为储蓄员提供奖金，以此推动增加储蓄存款。但是，奖金激励力量多大?为此，需要事先调查了解两个问题：一是给予奖金，储蓄员是否很需要，对奖金的“效价”如何?二是储蓄员对奖金的期望值高不高，得到奖金的可能性有多大。如果这种奖金对储蓄员的“效价”很高，吸引力很强，同时大部分人通过努力又能完成存款任务，得到奖金，那么，这项奖金措施就会有很大的激励作用，就完全可以有把握地去实施。相反，如果储蓄员感到这种奖金没有吸引力，效价低，或者虽有吸引力，但多数人认为目标太高，达不到，那么，这种奖励也就不能起到激励作用，而必须调整目标或寻找储蓄员需要的奖励物。

期望理论还可用于思想政治工作，例如，某基层银行的部分青年工作消极，虽然多次做工作和奖励，仍无很大改变，为此，银行领导分析了青年职工的特点和经济情况，认为奖金对他们起不了激励作用，于是，组织了工作表现好的青年职工外出参观旅游，寓教育于娱乐之中，收到了很好的效果。实际上这是运用了“期望理论”。

在银行体制改革中，我们要清除“平均主义”和“大锅饭”的弊端，因为“平均主义”、“大锅饭”使人们失去了期望，也就失去了激励力量，所以，在银行体制改革中可以借鉴“期望理论”。

(三)公平理论

美国心理学家亚当斯(J. S. Adams)于1967年提出了公平理论。公平理论认为，报酬的多少固然对人们激励大小有关，但人的工作动机不仅受其所得的绝对报酬的影响，而且更重要的受相对报酬的影响，即人们总是进行一番“社会比较”，全面衡量自己的“投入”与“产出”。在比较的时候，如果个人认为“投入”与

"产出"比例相符时，就有公平感，而心情舒畅，努力工作；相反，如果他们发现自己的"投入"与"产出"的比例不相符，或低于别人时，就会产生不公平感，引起怨气。

那么，人们怎样确定报酬是否公平呢？亚当斯提出了关于公平关系的方程式：

$$\frac{O_P}{I_P}=\frac{O_o}{I_o}$$

其中O_P代表一个人对他自己所获结果（报酬）的感觉。

I_P代表这个人对自己所作投入的感觉。

O_o代表他对某个作为比较对象的别人所获结果的感觉。

I_o代表他对那个作比较的人所作投入的感觉。

这个等式表明，当一个人感到以他所获得的"产出"与他"投入"的比值同作为比较对象的别人的这项比值相等时，就有了公平感，如果二者比值不相等，那就认为不公平。

公平理论认为，当人们有了不公平感觉时，在心理上就会呈现紧张和不安，导致积极性下降与效率的降低。一般说，个体为了消除心理上的紧张和不安，往往采取以下几种措施。

1. 重新认识个人的"投入"与"产出"比值率，甚至于以一种自我安慰的方式来解释，求得心理上的解脱。

2. 采取行动要求改变他人的"投入"与"产出"比值。

3. 努力改变自己的"投入"与"产出"比值。例如，消极怠工，减少"投入"，或要求增加"产出"。

4. 改变比较的对象，例如，换一个人进行比较，求得主观上的安慰。

5. 采取一定方式发泄不满。如发牢骚，讲坏话，制造人际矛盾等。

公平理论在国外企业推行过程中，尽管有其欺骗性的一面，但就该理论本身而言，仍不失其合理的因素。在实际生活中，人们总是要把自己的努力和所得报酬与别人进行比较，这是一种普遍存在的心理现象。因此，在银行管理工作中，管理者应考虑这一心理因素，重视在工作待遇上不公平、不合理的现象对职工的心理状态以及对人的行为动机的消极影响。应当在工作任务的分配、报酬分配和工作成绩评价上，力求公平合理，努力消除不公平、不合理的现象。否则，必然会挫伤职工群众的积极性，在其心理上造成不良影响。

第四节　银行目标管理

目标管理是一种过程型的激励理论，它在国外被称为现代企业之导航。

在现代化银行管理中，我们应重视通过目标的合理设置来激发职工的动机，指导行为，使职工的需要、期望与银行的目标挂起钩来，以调动全体人员的积极性。本节将阐述什么是目标、目标管理法以及在银行管理中应该如何有效地运用。

一、什么是目标

（一）目标的激励作用

目标，是指在一定的时间内所要达到的具有一定规模的期望标准，在某种意义上，就是个人或组织所期望达到的成就和结果。银行管理目标是一定时期内的银行活动方向和预期达到的结果。它既是银行管理活动的出发点，又是终点，贯穿于整个管

理过程之中。目标，对于银行管理来说有如下主要功能。

1. 指明了银行工作方向，把广大职工的思想和行动纳入同一轨道，使职工产生一种“向心力”。

2. 合理分配与有效运用各种资源。在目标的指导下，使银行的人才、资金和物质设备等资源，以实现目标为依据，按着节约、合理和效能的要求进行分配和运用，发挥资源的最大功能。

3. 提供一个尺度作为评价工作进度和成效的指标，如一定的存款、贷款指标，一定的思想水平等。

目标有个人和集体之分，团体目标规定着个人目标，也使团体内个人的行动趋向一致。每家银行都是一个人员多、机构分散的团体，少则几百几千人，多则几万人。如何把每个分支机构，每个人的行动统一起来从事共同劳动，就需要有一个共同的目标，使每个分支机构、每个人的目标服从全行的共同目标，保证银行经营管理活动朝着预定的目标发展。这个共同目标就是全行的总目标。银行总目标是全行经营管理活动的出发点，也是银行管理活动所指向的终点——期望得到的成果。因此，银行目标管理实际就是根据银行的总目标拟订各分支机构和每个职工的行动纲领，规定各分支机构和职工的基本任务，决定每个分支机构、每个职工的努力方向，使全行的资金管理活动运转有序、有成效地进行。

（二）目标行为与目标导向行为

动机支配行为，促使人们向一定的目标努力，从而形成各种各样的目标行为。目标行为一般分为三类。

1. 目标导向行为。这是指为了达到目标所表现的行为。

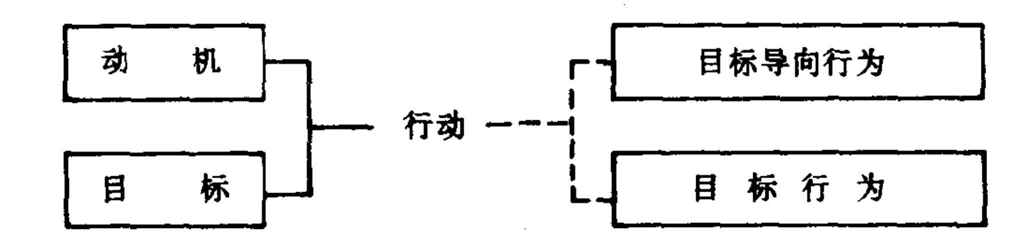
2. 目标行为。这是指直接满足需要和达到目的的行为。例如，准备存款是目标导向行为，而支持企业生产发展及获取利润则是直接的目标行为。

3. 间接行为。这是指与当前目标暂无关系，而为将来满足需要作准备的行为。

目标行为和目标导向行为是由强烈动机而产生的行为。但是，两者对动机强度有不同的影响力。对目标导向行为来说，动机强度随着这种行为的进行而增强，直至目标达成或遭受到挫折才停止。而目标行为则不一样，当目标行为开始后，需要强度就有减低的趋向。例如，储蓄员为了完成揽储任务，开始时一般会想尽一切办法揽储，而随着储蓄存款的增加，对储蓄存款的需求强度便逐渐降低，直至全面完成任务，揽储动机也即消失。

管理心理学将一个人的动机到行为，直到达成目标的过程称为激励过程，见图 8－1。

图 8－1　激励过程示意图



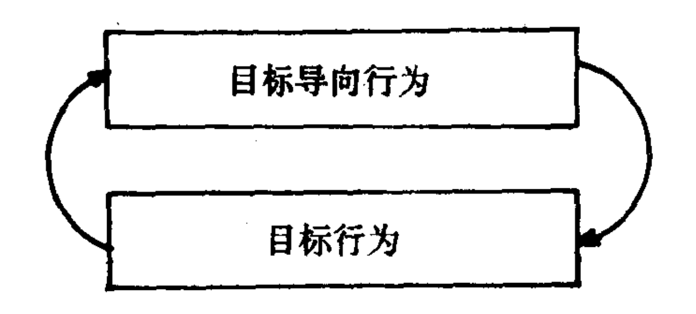
由图 8－1 可见，要达成任何一个目标，要经过目标导向行为，但是，并非所有的目标都可达成，即目标行为可能产生也可能不产生，所以，其方框可用虚线表示。

管理心理学认为，一个人如果停留在目标导向行为的时间太长，就会感到目标"可望而不可及"，出现泄气思想，从而影响积极性的维持。

另一方面，如果只从事目标行为，而这个目标又不具有挑战性，使人感到"唾手可得"，在这种情况下，激励力量也会降低。

为此，管理心理学家提出了一个有效的办法，即循环地交替运用目标导向行为和目标行为，见图8－2。

图8—2 交替运用目标行为及目标导向行为



预定的目标比较高，容易使人感到目标遥远而难以激起职工的积极性。这时如果运用目标导向理论，循环交替地运用目标导向行为和目标行为，就可以通过所谓“大目标、小步子”的办法，把职工一步步引向更高的目标，从而不断地保持职工的积极性。

当然，目标最好不是由上级直接向下属提出，而是通过参与，让下属自己设立自己的目标，这样做有利于使下属提高实现目标的积极性，因为目标是自己设立的，便于理解，会想方设法实现目标。如果受到挫折，下属也会以更多的目标导向工作去克服困难，努力达成目标。若是由上级直接替他们设立目标，这样，就容易使下属感到目标是上级的，不利于发挥下属的主动性、积极性。

二、目标管理法

目标管理，亦称目标管理法，简称MBO，它是一种管理上的激励技术，也是职工参与管理的形式之一。

(一)目标管理的形成与发展

目标管理的创始人是美国的管理心理学家杜拉克，他在1956年首次提出了目标管理概念，并把重点放在各级管理人员中间，1965年沃迪恩发展了这一概念，他把参与目标管理的人员扩大到整个企业。杜拉克认为，一个企业的“目的和任务，必须转化为目标”，如果“一个领域没有特定的目标，则这个领域必然会被忽视”，各级管理人员只有通过这些目标对下级进行领导，并以目标来衡量每个人的贡献大小，才能保证一个企业总目标的实现。如果没有计划周密、方向一致的分目标来指导每个人的工作，则企业的规模越大、人员越多，发生矛盾和浪费的可能性就越大。因此，他提出，让每个职工根据总目标的要求，制定自己的目标，并努力达到个人目标，这样总目标的实现更有把握。

杜拉克还认为，为了达到目的，在目标管理的实施阶段和成果评价阶段，应做到充分信任职工，实行权力下放和民主协商，使职工进行自我控制、自我管理，独立自主地完成各自的任务。此外，成果的考评、评价和奖励也必须严格按照每个职工目标任务完成的情况和实际成果的大小来进行，以进一步激励每个职工的工作热情，发挥每个职工的主动性和创造性。

杜拉克的以上主张，为目标管理方法的形成和实际运用打下了基础。以后，经许多管理学家的不断完善，逐步形成了比较成熟的目标管理方法。党的十一届三中全会以后，随着金融体制改革的发展，目标管理也逐步引入到银行管理中。

(二)目标管理的内容

1. 目标设立。在设立目标时，应让职工积极主动地参与，或就选择什么样的目标和目标值提出建议，或至少征得上级意见并同意这些目标。目标要订得尽可能具体，每个部门根据总目标

会同上级设立部门的目标，职工再根据所属部门目标订立个人目标，从而形成一个目标连锁，目标数目不宜过多，目标值应直接或间接地和提高自身或社会经济效益相联系，同时，必须具有激励诱导作用，以提高各级人员的积极性和工作能力。

2. 目标管理过程。目标一旦确定，便进入目标的实施阶段。这个阶段的内容包括三个方面：一是通过对下级人员委让权限，使每个人都明确在实现目标中的位置和责任，实施自我管理，自主实现个人目标；二是加强领导和监控，经常与下级沟通情况，以及进行必要的指导等，发挥各级人员的积极性、创造性和主动性；三是目标的实施者必须严格按照“目标实施计划表”上的要求进行工作，出现偏差及时纠正。

3. 目标成果评价。对照既定目标来进行考评效果，并讨论未达成目标的原因，同时，为下一个目标管理周期，总结更好的经验和创造条件。根据对达到结果的评价，可采用奖励手段奖优罚劣，激发人们为完成更高目标而努力。

三、目标管理在我国银行的运用

“目标管理”这一概念在我国银行管理中，70年代以前虽然没有明确提出过，但许多银行实行的“指标分解、层层落实”，十分类似“目标管理”，进入80年代，目标管理法逐步引入到银行管理的理论与实践中。结合银行的特点，对国外目标管理的科学方法进行了实际运用，对进一步提高银行经营和管理水平，起到了很好的促进作用。

从目前银行管理的实践看，目标管理主要运用于以下几个方面。

(一)银行目标管理的特点

银行目标管理,是指银行在一定的时期内,通过确定总目标、展开目标、落实措施、评价效果等步骤,对银行经营和管理工作实行综合管理的一种行之有效的现代化技术。是运用激励技术,让职工参与管理的形式之一。

银行目标管理作为一种现代化管理技术,具有以下特点。

1. 银行目标管理以全体职工为对象,以在宏观控制下搞活资金的目标成果为重点。银行目标管理通过总目标的层层展开、逐级落实,制定银行的目标连锁体系,并要求下级行制定的目标必须保证上级行目标的实现,这样就能把每个人的力量集中到完成整个银行任务的总目标上,形成一个从上到下的"既能控制住,又能搞活"的经营管理机制,大大加强了部门和个人的工作与完成任务之间的联系,使得银行总目标的顺利实现有了可靠的保证。

2. 强调和重视发挥人的主动性和创造性。现代管理理论认为,对人的管理是最重要的管理,这是因为"事在人为",人是社会生产力中最积极的因素。银行中的一切货币资金活动都是由人来掌握的,因此,在银行管理中,怎样充分调动全体管理者和职工的积极性,进一步发挥每个人的才智,这是银行目标管理的重要内容之一。

3. 银行目标管理是群体自觉行为的管理。通过实行自上而下、上下协调、自行制定、自主执行、自我监督和自我控制管理,各层次管理者和职工自觉把自己纳入全行总目标中,形成既有分工又有合作的有机整体。

(二)银行管理目标的分类

从宏观上说,银行管理的总目标是:发展经济、稳定货币、提

高社会经济效益。这个总目标是根据我国社会主义经济制度和国民经济全局提出来的战略目标，对于整个银行系统来说都具有指导意义。因此，各类银行及全体银行管理者和职工都必须围绕这个总目标进行经营管理。在此前提下，各银行和各级分支机构、部门设计各自的目标。从不同角度观察，银行管理目标有四种不同分类。

1. 按银行管理实现的经济效益分类，有社会经济效益目标和银行自身 经济效益目标。在社会经济效益目标中，又可分为宏观效益和微观效益两个方面。经济效益是银行经营管理的中心目标。银行能否发挥其应有的作用，主要应从获得的经济效益上来评价。银行的宏观效益主要反映出银行在国民经济中所发挥的调节控制作用；微观效益则反映出银行在信贷上支持企业发展生产，搞活流通的作用。银行的自身效益主要包括利润水平、资金运用水平、工作效绩和工作质量。

社会经济效益和银行自身的效益基本上是一致的。银行按照党的方针政策和国家计划，协调开展各项经营管理活动，一方面取得社会效益，同时也取得银行自身效益。如果两者出现矛盾，必须服从全局，使银行的自身效益服从社会效益，这是因为我国银行的根本任务是贯彻执行党的方针政策和国家计划，而不是单纯地追求自身利润目标。

2. 按业务经营和管理机制分类，有银行经营发展目标和管理机制完善目标。银行经营发展目标主要反映在银行货币资金活动上，包括货币发行管理目标、信贷资金管理目标和信息管理目标，银行管理机制完善目标主要是宏观控制机制和微观搞活机制的完善发展。实现经营发展目标，必须不断完善管理机制，而管理机制完善目标的实现，归根到底是为了实现经营发展目标，两者相辅相成，应当努力协调好。

3. 按银行性质分类，有中央银行目标和专业银行目标。从中央银行目标系统看，又分为中央银行总行的宏观目标（战略目标），各分行的中观目标（分目标）和基层银行的微观目标（子目标）。中央银行目标以掌管货币发行，稳定通货，控制信贷规模，促进经济协调发展为主要内容。专业银行目标是多层次、多元的。主要是在中央银行的目标下筹集运用信贷资金，实现利润目标。

4. 按照银行管理的要素分类，有人才目标、资金目标、技术设备目标、信息目标和思想政治工作目标等。银行管理目标分类的方法很多，这里就不一一列举了。

（三）银行管理目标制定

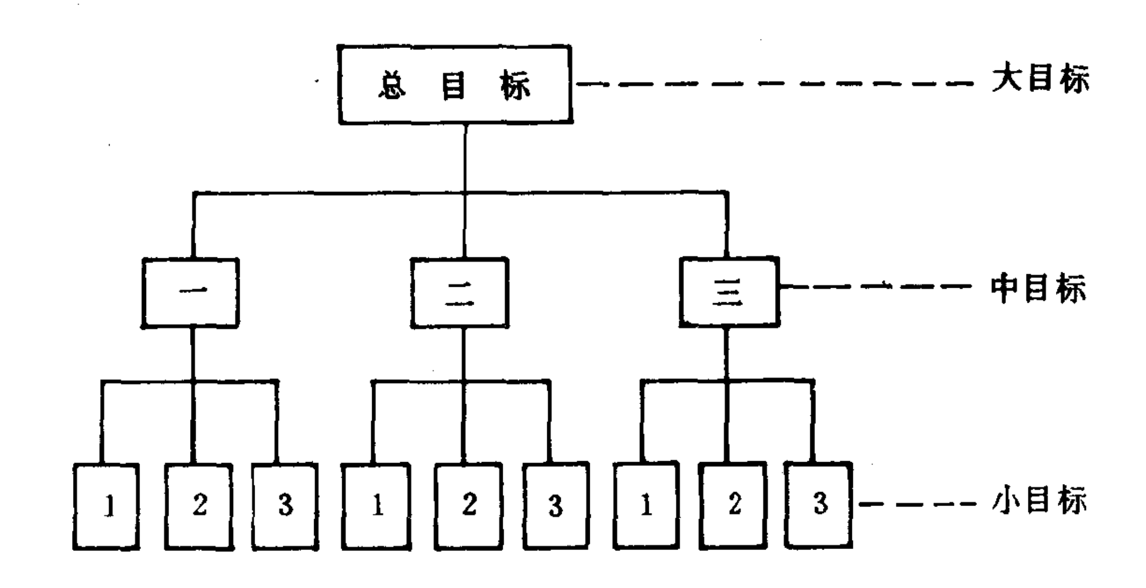
当我们把应列为银行管理的目标确定以后，第二步就是目标的制定。

制定目标的过程，实质上是一个调查研究的过程。要在广泛收集和研究资料的基础上，综合考虑环境制约条件（包括一定时期国家的金融经济方针政策、国民经济计划、中央银行和上级行的规定指标、市场变化情况等）和银行自身的实际及发展规划等，并把二者有机地结合起来。

（四）银行管理目标实施

1. 目标展开。目标展开，即把总目标分解到司局、处室、科股、个人。目标展开是实施全行大目标的第一步。根据各职能部门的工作性质分担全行大目标的相应部分，化“大”为“中”，化“中”为“小”，一直分解到股所、个人，各层次之间的目标关系是：下一层目标支撑着上一层目标，层层目标相保，形成一个金字塔型的目标体系，见图 8—3。

图 8—3 金字塔型目标体系



注:一、二、三为职能部门(处室)目标。1、2、3 为股所或个人的目标。

2. 目标实施。目标实施就是要按计划办事。如果说,目标展开是告诉每个部门做什么,而计划则告诉人们在什么时侯怎样做。只有按计划办事,才能使银行的经营管理活动有条不紊、步步衔接地的运行,实现全行目标才有可靠的保证。

3. 及时控制。在管理目标的实施过程中,不可避免地会出现难以预料的许多问题。这些问题,可能是经营管理过程中的,可能是部门联系中的,也可能是来自银行外部,这就需要银行各级领导和职能部门进行调节控制,经常纠正那些偏离目标的行为,以保证全行工作沿着预定的轨道运行。

(五)银行管理目标的考评

评价目标阶段是目标管理的最后阶段,关系到目标执行者的切身利益。各级领导和管理者应根据原始材料,将定性问题转

化为定量问题，使评价目标更有利于调动全行的积极性。

奖惩是考评的继续，要把个人的经济利益与工作成果挂起钩来，奖励先进、鞭策落后，以创造一种人人奋发向上，争做一流工作的境界，为搞好下一期目标管理创造更好的环境。

第五节　群体意识与金融企业精神

在我国，专业银行是经济实体，它象一个有意识的生命体，其存在和发展除依赖于物质之外，与精神活动息息相关。一个兴旺发达的金融企业总是充满着青春的活力、斗志昂扬，而衰落的金融企业则精神荡然，气数将尽。金融企业具有自己的精神属性是一个不可回避的客观事实。金融企业的精神属性称为金融企业精神。

金融企业精神是一种崇高的群体意识。本节中，我们通过对群体意识的认识，探讨金融企业精神的内涵、价值，进一步促进我国社会主义金融企业精神建设。

一、群体意识

（一）群体意识的概念

群体意识，是指以群体为主体的意识，是在一定群体中占主流和主导地位的，对群体本身及所从事工作的看法，包括理想、价值观念、道德规范、言行作风、工作态度等内容。

群体意识与其成员的个体意识有关，但这并不意味着群体意识是个体意识的简单相加和混合。行为科学认为，影响群体意

识形成的有以下主要因素。

1. 群体的个体构成。任何工作群体都是由一定数量的个体组成的。当成员参加到某一群体中去的时候，必然会把他们的个体意识，即理想、知识水平、价值观念、道德标准、工作态度等带到群体中去。从一定意义上说，群体意识是成员个体意识水平的综合反映。

2. 群体的工作性质。从事不同工作的群体，其群体意识能够表现出明显的不同特点。军人的群体意识主要表现为集体观念浓厚、组织观念强；而银行的群体意识则主要表现为精明、效益、服务。群体意识的差别是由群体的工作性质所决定的。

3. 群体的"核心"人物。在一个群体中，其成员虽然都把自己的意识带入了群体，但影响最大的，往往是群体的"核心"人物的意识。在工作群体中，充当"核心"人物的主要是领导者，由于他处于特殊的地位和具有较强的影响力，所以，他的思想、观点、作风、看法常常左右群体的意识水平。

（二）群体意识对群体行为的影响

对于个体来说，意识具有统驭各种心理活动的特殊功能，但它不能代替其他心理活动。群体意识作为群体的主导性心理反映，它的特殊影响主要表现为对群体行为的自觉定向和调节方面。

1. 支配群体的主要行为。群体意识虽然不能象个体意识那样支配人的行为全部，但占主流和主导地位的群体意识对群体的主要行为起支配作用，并且决定群体行为的总体方向。

2. 影响群体成员的态度变化。个体意识对行为的支配作用，是通过意识反映到态度上，再由态度引发行为。群体意识实际上也会改变群体成员的态度，并由此而影响群体行为。

3. 影响群体行为的强度。群体意识对群体行为强度的影响

表现在两个方面：一是群体成员坚定的信念、观点、态度有助于产生齐心协力的群体行为；二是明确的思想认识使群体行为更持久稳定。这两条都会导致群体绩效扩大。

二、金融企业精神

（一）金融企业精神及内容

所谓金融企业精神，是指金融企业（主要包括专业银行和其他金融机构）在长期的业务经营管理活动和思想政治工作中形成的一种群体意识，是金融企业内全体成员的优良传统、价值标准、文化观念、道德规范和生活信念的集中体现。简单说，金融企业精神是金融企业成员意志的集合，是一种崇高的群体意识。

1. 金融企业精神是一种内在的力量，表现为职工对银行怀有深厚的感情，群体中具有强大凝聚力、向心力。无论是银行领导，还是一般职工，都热爱自己的群体，与银行的兴衰、发展唇齿相依、休戚相关。

2. 金融企业精神体现在职工对本单位的前途、命运具有强烈的使命感和责任感。在这种精神力量的驱使下，全体职工具有主人翁意识，珍惜国家的资财，讲求经济效益，为社会提供第一流的金融服务和效益。

3. 金融企业精神还表现在职工积极进取，改革创新的意识上。在我国经济改革开放形势下，每一个职工都必须树立现代金融意识，这是金融企业精神的本质内容。有了这种新意识，职工才能从“国家机关”“计划经济”等观念中解脱出来，树立“市场”、“风险”、“效益”等商品经济观念，不断开拓银行新业务，适应经济形势发展的客观需要，在激烈的竞争中立于不败之地。

由此可见，金融企业精神作为一种群体意识，实质上是银行生存和发展的精神支柱，有人称之为银行之魂。

(二)金融企业精神的价值

1. 无形的资产。如果我们把银行的资产、资金、房屋设备等称之为有形资产的话,那么金融企业精神就是银行的一项无形资产。对于银行来说,发放一笔长期贷款,必须将足够的银行资产,不管是有形的、还是无形的,都投入进去。而金融企业精神则是有形资产安全和增殖的保证。比如,在贷款决策的过程中,如果信贷员没有认真负责的工作态度和良好的职业道德,其结果是贷款盲目发放,从而造成信贷资金的损失。由于金融企业精神的无价和无形,通常很容易被人们所忽视。很难想象,一个纪律松弛、人心涣散、精神不振的金融企业,会发挥其应有的职能作用。所以,只有当金融企业精神荡然无存时,人们才会意识到它的价值。

2. 改革和发展的支柱。金融体制改革的最终目的就是为了极大限度地发挥全体职工的主动性、积极性和创造性,要达到这一目的,首先需要职工有一种改革的精神。解决职工以什么样的观念去参与和推动改革,并促使自己在改革中做出贡献。金融体制改革的起点是职工观念的变革,是职工改革精神的发扬。如果没有职工改革精神为动力,金融体制改革将无法进行。

现代管理理论告诉我们,改革需要有动力机制。这个动力机制应当包括物质动力和精神动力。在我国现有财力有限条件下,如果仅仅依靠物质刺激来推动金融改革,那么,只能导致改革的失败。在现实中,我们看到,工资和奖金对职工的刺激作用日渐下降,出现了一些职工理想模糊、心理空虚、文化贫乏、精神不振,对改革沮丧、抱怨、反感等状况,这就说明,靠金钱是买不来职工参与改革的积极性的,而根本的问题是要把职工的物质需要和精神需要结合起来,培养和发扬金融企业精神,这样才能促进改革,达到改革的目标。

3. 银行活力的强大推动力。历史唯物主义认为，社会意识一旦形成，就有其相对的独立性。并在一定的条件下，对社会存在起重要的影响作用。金融企业精神作为一种独立的社会意识，一旦形成就对银行各项工作具有强大的功能作用。

(1)凝聚功能。金融企业精神的凝聚功能源于它所体现的坚定、执著的企业追求和强烈的群体意识。企业追求包括银行在经济社会中的地位作用、银行的声誉及经营谋略等奋斗目标。坚定、执著的企业追求，象一条无形的纽带，把职工个人追求与银行目标紧紧联系在一起，结成生命的共同体，象一块引力强大的磁石将分散的职工个体和各专业机构聚合成团结战斗的集体，形成“行兴我荣、行衰我耻”的共同信条。使职工对自己的群体怀有强烈的归属感和自豪感。江西万载县工商银行九龙山办事处地处偏远山区，生活艰苦，职工一直不安心工作，办事处一度处于难以维持的困难境地。1986 年，支行一名年青的干部担任主任后，注重培养职工的集体荣誉感，树立职工艰苦创业的精神，提出了“创一流服务、争最佳效益”的奋斗目标，该办事处五名职工抱成一团，积极拚搏，经过一年的辛勤努力，一改过去的落后面貌，跃为全区的先进集体。

(2)激励功能。在金融企业精神的激励下，职工自觉地将自己的劳动融化到金融事业中，共同创造、分享集体的荣誉和成果。在银行的社会地位、声誉得到提高的同时，每个成员也获得自我实现需要的满足。特别是在目前各家银行竞争激烈的情况下，每个金融企业都会面临着许多新的矛盾和问题。这种由竞争产生的新情况，往往会在职工的群体意识与情感中得到溶解。据报载，吉林双阳县工商银行是一个仅有 70 名职工的小银行，在激烈的业务竞争面前，他们充分发挥整体优势，重视培养企业精神，提出了“工行光荣我光荣，我为工行争光荣”的口号，在短短

的十多天时间里组织储蓄存款近 100 万元，居该县各家银行之首，1987 年储蓄增长速度名列全省第一。

(3)约束功能。金融企业精神不仅具有强大的激发功能，而且对职工的行为有无形的约束力。因为当金融企业精神潜移默化形成一种群体规范和行为准则后，往往比规章制度具有更大的约束力。某种违背金融企业精神的行为一经出现，不仅会受到舆论压力、情感压力等外部约束，也会促使职工产生自我约束，因为“群体高于一切”已成为大家共同的生活信条。

(4)协调功能。该功能主要表现为领导与职工、职工与职工之间的共同奋斗形成的群体意识和感情上的融洽，而导致行为中的相互理解、信任和支持。如双阳县工商银行针对在招聘中落选人员的低落情绪，专门召开平等式的民主协商对话会，行长以普通职工身份坦陈己见，疏通情感，结果既使落聘人员认识到了自身的差距，又增长了行长和职工的思想感情，从而使领导与职工互相理解、相互支持，也就有效地把消极因素转化为积极因素。

(三)培养金融企业精神的途径

1. 明确经营目标，把整体利益与个人利益结合起来。金融企业既要动员全行职工为实现长远目标振奋精神，不懈努力；又要着眼于当前给职工一些“看得见的利益”。这样，才能树立起金融企业的良好形象，使职工从心里“以行为荣”，形成一种“银行关心职工，职工为银行奋斗”的良好风尚。

2. 健全职工的民主管理制度，尊重职工的民主权利。一种思想、一种精神的形成是一个渐进的复杂过程，它受到多种因素的影响，必须从制度上加以保证和巩固。健全民主管理制度，能广泛地吸收职工参与管理，处于当家作主的主人翁地位。只有职工有了强烈的参政、议政意识，才能焕发出群体意识，形成一种精

神力量。

3. 领导者要有蓬勃向上的进取精神。金融企业的领导者——行长，是金融企业的法人代表，全面负责，处于中心地位，起中心作用。行长的经营思想、品质性格、情操，从某种意义上说，代表着整个企业的发展方向。所以，新时期的行长应具有银行家精神，追求卓越的建树，不断创新，冲破旧模式，有明确的价值观念；身体力行，做出表率，要求职工做到的，自己首先做到，脚踏实地、扎实工作；善于集思广益，坚持把群体意志变为企业行为。可以说，行长的积极向上的进取精神，是金融企业精神的核心。

4. 发挥先进人物的示范作用。我们要改变过去那种"当劳模的多干，一般群众少干"的不正常现象，要让劳模在"经济上实惠、政治上先进、工作上顺心"，使大家赶有目标，学有榜样，形成一种比学赶帮、人人争上游的良好风气。在这种积极向上的环境中，使大家在思想上达到一个更高的精神境界。

5. 全面提高职工素质。一支知识贫乏、业务素质低下的金融职工队伍，不可能具有崇高的群体意识和积极进取的精神。群体精神的形成同一定的道德水平、文化修养、技术素质是分不开的。如此，我们在做好经常性的思想政治工作的同时，要十分重视向职工传授专业技术和企业文化，让他们了解银行的历史和现状，激发他们对未来的使命感和紧迫感。这样，就会把优良的传统企业文化融进时代精神，形成各具特色的金融企业精神。

第六节　银行领导心理

在银行各种影响人的积极性的因素中，领导心理和行为是一个关键性的因素。因为银行领导的心理素质与行为直接影响

全行上下的社会心理气氛，从而影响甚至决定职工积极性的高低和行为表现。正因为领导在银行管理中处于特殊的地位，所以，我们在这里对其心理和行为进行专题探讨。

在这节中，我们重点探讨银行领导的素质、功能、影响力，以及领导方法，通过银行领导心理与行为的探讨，以不断提高改革新形势下银行领导活动的适应性和科学性，实现对银行的有效管理，取得最好的管理效益。

一、领导心理的一般概念

领导，这是大家都熟悉的一个词，但作为一个科学的概念，心理学家与管理学家却一直争论不止，提出了各种不同的看法，下面是几种有代表性的解释。

孔兹(Koontz)认为，领导是“一门促使其部属充满信心，满怀热情来完成他们任务的艺术”。

泰瑞(G. R. Terry)认为，“领导是影响人们自动为达成群体目标而努力的一种行为”。

杜平(R. Dubin)认为，“领导即行使权威与决定”。

坦宁鲍姆(R. Tannenbaum)认为，“领导就是在某种情况下，经意见交流的过程所实行出来的一种为达到某个目标的影响”。

赖特(E. B. Rerter)认为，“领导是不凭借特权、组织权力或外在形势而说服和指挥他人”。

戴维斯(K. Davis)认为，“领导是一种说服他人热心于一定目标的能力”。

布朗卡特(Blanchard)认为，“领导是一项程序，使人得以在选择目标及达成目标上接受指挥、引导和影响”。

斯托格狄尔(Stogdin)认为，“领导是对组织内团体或个人施

加影响的活动过程”。

从上述各种解释中可以看出，虽然各个学者对“领导”这个概念的具体表述不同，如认为领导是一项“程序”（布朗卡特）；领导是一种“活动过程”（斯托格狄尔）；领导是一种“行为”（泰瑞）；领导是一种“艺术”（孔兹）；领导是一种“影响力”（坦宁鲍姆）；领导是一种“能力”（戴维斯）。但是，深究各人的表述，又不难发现，实际存在着共同之处，这就是领导是一种动态的过程。概括说，领导是引导和影响个人或组织，在一定条件下实现目标的行动过程。而致力于实现这个过程的人则为领导者。在银行中，领导的使命就是要促使组织和职工个人做好本职工作，为实现银行目标做出积极努力。

领导同我们第一节讨论的管理是两个有区别的概念。在日常生活中，人们常常把领导和管理当作同义词，好象领导过程就是管理过程，领导者就是管理者。但实际上两者在多方面都存在不同，一般说，领导偏重于进行决策和用人，而管理侧重于执行决策、组织力量完成目标任务；在层次上，领导具有战略性，管理则具有战术性；从范围上说，管理的范围小于领导的范围，而管理者的范围则大于领导者的范围，例如，在银行中只有把具有法定地位的个人或集体称为领导者，而管理者则不仅包括领导者，还包括各职能部门的负责人，如信贷处长、会计处长、办公室主任，以及负有管理职能的其他人员，等等。可见管理者的范围大大超过领导者的范围。

领导的本身，实质上是一种人与人之间的关系。由于人们在银行中各自所处的地位不同，相互之间的联系和感情不同，于是，就产生了一定的人际关系。领导者与被领导者是银行中人与人关系的一种形式。这种关系就是领导与被领导、控制与被控制、指挥与被指挥的关系。领导者就在于通过这种人际关系，激

发每个职工的积极性，使之努力为实现银行目标而工作。

二、银行领导的职责

总结成功的经验，现代银行有效领导的主要职责是：制定目标，建立组织机构和制度，选用人才，合理决策，调查研究和学习。

（一）制定总体目标

制定总体目标是银行领导的第一大职责，目标制定是否正确，从根本上决定了银行经营管理效果。

$$\text{经营管理效果} = \text{总体目标（方向）} \times \text{工作效率}$$

这就是说，如果目标方向不对，工作效率越高，经营管理效能的负数也就越大。所以，任何银行的领导都要亲自抓制定总体目标这件大事，一个领导者水平高低，也正表现在这里。

银行从事货币信用业务，设计总体目标，一要贯彻党和国家的路线、方针和政策；二要以国民经济发展的总体规划为依据；三要坚持“量力而行”和“留有余地”原则；四要把短期、中期业务计划与总体目标结合起来。一个具有远见卓识的银行领导者，一定要制定出一个能完成上级赋予使命，动员全体职工为之奋斗的总体目标。

（二）建立组织机构和规章制度

这是实现银行目标的重要条件和手段。只有建立起有效的组织机构，制定了一套合理而有效的规章制度，才能保证目标的顺利实施。

银行的组织机构应当是一个大系统的，整体与各部门分工明确，处处衔接，反馈及时，并且能适应环境变化、完成各项任务的有机整体。

在各项制度中，重点要抓好两个，一是各方面的责任制，实行责、权、利相结合，使全行工作落实到各个岗位的实处；二是以奖罚为重点的赏罚制度，鼓励先进、鞭策后进。责任和奖罚是一种巨大的管理动力。

（三）选人用人

对于银行领导者来说，如果没有一批优秀人才充当助手和下属是很难做好工作的。银行领导者选用人才，首先自身要有正确的人才观念和优秀的人才品格，这就是：要求有求才之能、爱才之心、用才之道、容才之量、护才之识和举才之德。在挑选优秀人才方面，一要德才兼备，但不苛求全才；二要不拘一格，大胆起用新秀；三是唯贤不唯亲。在用才方面，要充分信赖关心下属，尊重下属的职权，扬长避短，充分发挥下属的优势。

上述三项是银行领导者的基本职责，下面三项则是经常性职责。

（四）工作决策

决策，是银行领导的一项经常性工作。不能决策就不能领导，犹豫不决和盲目决策都不是好的领导。银行领导者不仅对重大问题要在依靠各专业部门，特别是“智囊团”的基础上及时做出决策，而且对于突然发生和下级请示的重要问题或急迫问题，也必须给予及时决策，不善决策或决策失误，都将给工作带来损失，都无法实现有效领导。

（五）开展调查研究

银行领导者必须掌握经济金融等各种信息，不仅要听取来

自上下左右报送的信息情况，还要重视亲自调查。这是银行领导的基本职责和方法，深入到业务经营管理第一线和生产流通过程中，了解资金活动和业务经营情况，了解银行内部管理工作，发现问题，应及时督促有关部门解决，遇到重大问题和带有战略性的全局性问题，最好不马上表态，待深思熟虑、反复研究后再作决定。

（六）更新知识

现代生产、科学技术和经营管理等方面发展很快，知识更新的周期进一步缩短，在这种形势下，银行的领导者应加强学习，跟上科学技术发展和金融改革的步伐。领导者学习的途径和方式可以是多种多样的，既可以在工作中边实践、边学习，也可以参加培训，进行系统学习。

三、银行领导者的素质与影响力

（一）银行领导者的素质

现代银行是一个绝妙的、精巧的和十分复杂的机构，居于这个机构最高层的银行领导者，要能认真履行自己的职责，充分发挥领导的作用，从领导者个体来说要具备很好的素质。

在“贷款心理研究”一章中，我们对“素质”的含义曾进行了讨论，在这里，我们仅从银行领导者角度对素质进一步讨论。换言之，现代经济金融条件下，银行领导者必须具备以下三种素质。

1. 政治思想素质。银行领导者，必须有较高的政治思想素质，这是党中央对干部队伍革命化的基本要求，也是银行领导者必备的最基本的素质。政治思想素质，其主要内容包括如下几项：

(1)有坚定的马列主义的世界观和革命人生观；

(2)有坚定的政策和法律观念，必须在党和国家有关方针政策指导下进行其经营管理活动；

(3)有强烈的事业心和责任感，热爱金融事业，肯做贡献和勇于承担责任；

(4)有高尚的道德品质，廉洁奉公，遵纪守法，全心全意为人民服务；

(5)有自知之明，既了解职工群众，也了解自己，头脑冷静、自制力强；

(6)有勇于开拓，不断创新精神；

(7)有学习精神；

(8)相信群众的力量，虚心听取群众的意见；

(9)为人正直诚恳，富有自我牺牲精神。

2.知识素质。知识是能力的基础。一个有效的银行领导者，必须掌握与自己所做的领导工作相适应的多方面知识，尤其应该掌握科学管理知识和与自己领导工作直接相关的专业知识。

(1)政治与法律知识，如掌握国家的有关方针、政策、法规、法令和其他规定制度等。

(2)经济理论与金融专业知识。学习和掌握马克思列宁主义政治经济学原理，社会主义基本经济规律，货币及其流通规律，社会再生产理论和金融市场等理论。

(3)企业经营管理知识。

(4)社会学、心理学、管理学知识。

(5)银行实践经验。

3.能力素质。能力，是知识与经验的综合体现，是完成一定工作任务的本领。银行领导工作面广复杂，如果领导者不具备一定的能力，是难以胜任的。银行领导者能力主要包括基本能力素

质与领导能力素质。

(1)领导者基本能力素质

①发现问题的能力。在银行经营管理活动中，许多问题极为复杂且不易察觉，能敏捷而准确地发现问题的症结，是银行领导者必不可少的能力。

②思维能力。考虑问题条理清楚、逻辑性强，阐明观点明确而不含糊。

③分析能力。善于透过现象把握本质，分清主流支流，能权衡利弊得失。

④创新能力。对新事物敏感，敢于“不蹈前辙、标新立异”，善于提新方案、新目标、新措施。

⑤直觉能力。直观感觉灵敏，应急应变、当机立断。

⑥决断魄力。一旦弄清情况，认准目标，就敢于承担风险，不怕挫折，大胆“拍板定案”。

⑦组织群众参与决策能力。善于听取各方意见，集思广益，信息灵通，吸引和组织群众参与决策。

(2)银行领导者的领导能力

①组织指挥能力。善于选用人才，授权分工，明确责任；善于统筹兼顾，全面安排；善于检查指导，运筹各方，使整个货币资金活动或工作步步衔接，运转有序。

②协调沟通能力。善于综合协调人力、物力、资金，协调银行之间，银行与财政、企业之间及银行内部之间的关系。

③宣传动员和语言表达能力。能清晰地表达自己的思想观点，即能情理相济做个别思想工作，又能大张旗鼓地进行宣传动员。

④社交能力。善于同不同层次、不同性格的人交往，待人热情，与人随和，交流情况，建立联系。

⑤应付挫折能力。具有克服困难、应付挫折的勇气、信心和能力，不气馁、不自卑、不偏激、不急躁。

⑥自我控制能力。在任何情况下，尤其是在困难和受挫面前，都能善于控制自己的情绪，处变不惊，镇静自若。

⑦感染力。以自己的行动、品质、情绪和意志力量影响职工群众。

⑧规划能力。善于按照一定程序，充分发挥专业人员才智，做出短期和长期规划，善于出主意、想办法、作决断。

当前，我国的金融体制正在进行一场深刻的变革，人民银行专门行使中央银行职能，成为管理全国金融的国家机关，各专业银行转变为自主经营、独立核算、自负盈亏的经济实体。金融体制改革的深入与发展，要求社会主义银行管理者，应特别重视业务经营和经济核算，银行领导者除了上述素质外，还应从传统的银行体制中解放出来，树立与现代金融经济发展相适应的新观念、新意识。概括起来，现代银行领导者应树立以下新观念。

第一，全局观念。领导者要坚持贯彻执行党和国家的方针政策，把全局利益放在第一位，正确处理宏观控制与微观搞活的关系，处理好银行与国家、地方、企业之间的关系。

第二，计划观念。业务经营和货币投放都必须严格执行国家批准的计划，树立严肃的计划观念，坚持在计划控制之下搞活经营。

第三，市场观念。领导者要立足市场需要，灵活运用信贷资金，增加有效供给，开拓资金市场，融通信贷资金，提高资金效益。

第四，服务观念。领导者要坚持服务至上，开拓经营业务，努力为客户提供最佳服务。

第五，竞争观念。领导者要敢于竞争，善于竞争，在竞争中求

得生存和发展。

第六,创新观念。在新的形势面前,锐意进取,敢于有新的创造,坚决破除守旧意识。

第七,效益观念。领导者要开拓金融业务,发展金融新“产品”,扩大业务“种类”,为社会创造更多的财富。

第八,风险观念。领导者要善于承担风险,转移风险,把银行信贷资金运营的风险减少到最低限度。

第九,战略观念。银行经营必须放眼于未来的全局利益和长远目标,看问题、做计划都要有战略眼光,坚决破除小农经济的狭隘意识。

(二)银行领导者的影响力

影响力,是指一个人在与他人交往中,影响和改变他人心理和行为的能力。在银行经营管理中,领导的影响力,就是银行领导者有效地改变和影响干部职工心理和行为的能力。它取决于许多因素,如品格、知识、能力、地位、权力等。

管理心理学家认为,领导者的影响力包括权力性影响力和非权力性影响力。

权力性影响力,也叫强制性影响力,它是由社会赋予个人的一定职务、地位和权力所构成的,为掌权者所具备。银行行长、公司经理、工厂厂长、军队首长等都掌握一部分权力,都有一定的强制性影响力。强制性影响力的特点是:其影响带有强迫性、不可抗拒性,它以外推力的形式发生作用。被影响者心理和行为表现为被动、屈服,因而这种影响力对人的心理和行为的激励作用不大。构成权力性影响力的因素主要包括传统观念、职位高低和资历深浅等。

非权力性影响力,也叫自然性影响力,是由领导者本人的素质和行为造成的,而与领导者的权力没有必然联系。在日常生活

中，我们常常看到这种情况：一个学识渊博的高级经济师，人们对他的意见和建议，比较容易相信，容易接受。这种影响力的特点是自然性，它比权力性影响力具有更大的力量，它的基本构成要素有品格、能力、知识和感情。

提高银行领导者影响力对于进行有效管理有重要现实意义。管理心理学研究表明，提高领导者影响力的主要途径是合理发挥权力性影响力与非权力性影响力的作用，一个善于将两种影响力综合应用的领导者才能取得最佳的领导效果。下面我们讨论如何合理使用两种影响力的问题。

1. 正确使用权力性影响力

(1)持审慎态度。首先要求使用权力的人，不仅要照章办事，更要真正做到秉公处事。有人认为，行使权力时，强制性手段只能到最后才能使用，此意见有一定道理。过多地采取强制手段，即使权力行使正确，也会使部下产生驱使感和削弱权力的效果。其次，权力性影响力的最大发挥，往往是在行使它之前，也就是说，利用合法权力作为预见动机、引导动机、改造行为的后盾，这是十分有效的。特别是在执行惩罚时，要强调惩罚与教育相结合，这样既能教育被处罚者，更能通过处理典型，教育大家。

(2)要廉洁奉公。银行领导客观上拥有行使权力的合法地位，如信贷使用权、人员调配权、利益分配权等。但是不能炫耀滥用这种权力，更不能利用手中权力谋取私利、追求个人特权，如果这样做，职工群众必然产生种种鄙视心理，抵制权力，从而降低权力的威信。

(3)要善于授权分权。用好权力，不是要独揽全部的权力，而是要敢于分权、善于授权，把一定的权力授予助手和其他管理者，并在授权中将监督与指导结合起来，形成大权集中、小权分散的局面，这样做，既可调动下属的工作积极性，培养下属，沟通

上下关系，取得下属的信赖，又可以使领导者集中精力抓大事、要事。

2. 正确使用非权力性影响力

管理心理学研究表明，如果将权力性影响力同非权力性影响力分开的话，那么，前者对于接受权力的人来说，就只有奖赏和强制的作用。合法的权力性影响力固然从客观上逐渐养成职工遵守纪律和从事工作的某种积极性和自觉性，但是这种手段只能从约束力中造成一种适应性影响，而由各种非权力性影响力产生的权力，则更能激发人们的自觉性，因为接受非权力性影响比强制的服从更自然得多。在某种意义上，非权力性影响在整个领导影响的结构中占有主导地位。因此，要提高银行领导的影响力，关键在于提高其非权力性的影响力。

如何做到这一点，根据非权力性影响力的构成因素，要求领导者有良好的品格；有胜任工作的才能，并给组织带来成功；有丰富的知识，特别是精通专业知识和技能；与被领导者之间还要有亲密的感情关系。这就是提高领导者非权力性影响力的四条主要途径。

构成领导者非权力性影响力的四因素是相互制约、相互影响的，其中品格和才能为主，知识和感情为辅，如果一个领导者品格因素存在问题，其影响力将成为零或负值，那么，其他因素的影响必然受到严重影响。一般说，如果领导者的品格因素较好，那么，非权力性影响力的大小主要取决于才能。至于感情因素和知识因素也是不可忽视的。

四、选拔领导者的方法

研究银行领导者素质的目的还在于培养和选拔素质好的领导者。但是如何选拔素质好的银行领导者，还需要有正确的选拔

方法，目前常用的选拔方法，不外乎从外边招聘和从内部选拔两种。

（一）招聘制

这种方法目前在我国企业中常采用，在银行中采用很少。招聘方法就是在报刊上公开刊登招聘书，规定出应聘人员的政治品质、业务能力和领导能力三方面的总要求，有的还规定了学历、年龄、领导工作经历以及专长条件等具体要求，应聘者可以把本人简历送交招聘单位审查。招聘单位根据应聘人的条件初选，然后对进入初选的应聘人进行谈话，并进行必要的考核，录用后还可以规定一段时间的“试用期”，检查应聘者是否真正具备担任领导工作的条件。

这种公开招聘的办法有利于广泛发现人才，提高领导水平，能够发现一些真正才高而位下的人才，也有利于人才的合理流动，充分发挥现有人才的潜力。在现行银行体制条件下，从银行之外招聘领导者尚有一定困难，但可以把这种机制引入银行内部，从银行现有人才中招聘领导者，这是可行的。目前一些银行已试行了内部招聘制，并取得了一定成效。

（二）选拔制

国外企业在选拔管理人员中通常采用下列几种具体办法。

1. 评价经历与学习成绩法

这种办法主要是通过审核被选拔人的历史功过如何，看他参加各种培训考核的学习成绩如何。

2. 评议法

企业高层领导人在一起逐个地评议内部可能担任领导工作的人，这种评议的基础性工作是平时对被选拔人的考核，而且高层领导人的态度和价值观念对评议结果有很大影响。

3. 行为测定法

这种方法就是模拟本企业经营管理活动中经常遇到的紧急情况，让被选拔对象独立处理，然后进行综合评议，根据模拟考核的结果看谁适合担任领导。

4.选拔培训结合法

这种方法是通过上述三种方法选定基本符合条件的领导者，然后送其到培训中心或出国培训，是一种选定与培训相结合的办法，比较适合于选拔基层领导人。

5.评价中心法

评价中心法最早是由美国电话电报公司提出的，经过实践，该公司摩西博士总结出一套关于评价中心的工作规范和道德守则，并获得1975年第三次评价中心国际会议的肯定，现在象通用电气、福特汽车等许多大公司都采用。

评价中心法是把候选的领导者置于一个专门进行人员挑选评价的机构中，由一些经验丰富的专业评价人员对候选人进行心理上和实际工作能力上的考核和测定，最后做出评价，为用人企业挑选合格的领导者提供依据。一般所采用的考核和测定的方法如下。

(1)由一些专业的心理学家对候选领导者作心理测验，包括智力测验和性格测验等。然后根据他们所具有的智力状况和性格的差异，做出对候选人心理和智力方面的评价。

(2)模拟领导者的工作环境和所遇到的问题，看候选人在这种情况下所做出的行为反应和决策判断能力。如在处理公文的测验中，给候选领导者15份公文，包括记录、电报、信件、备忘录、会议记录、调查报告等，要求他们在一定时间(一般为65分钟)内处理完毕，并要求他们说明为什么这样处理。从中可以观察他们：处理是否抓住了关键问题；处理问题是否坚决果断；有没有发现更深的问题；有没有看出各种问题之间的内在联系。有

时还安排候选领导者参加会议和做简短的报告,以测验他们的发言质量,掌握会议能力和分析表达能力。然后根据上述情况对这些候选领导者评分,选定其中的优秀者,把这些选定的领导者放到实际工作中去再考核和观察,经过一年实践后再来检验原来的评定是否正确,如果不太准确还可作适当的调整。

(3)把一组候选的领导者放在一起,让他们讨论一个实际的领导遇到的业务问题。例如,叫他们讨论开发一个新产品的问题,事前也不指定由谁来领导和主持这个小组讨论会,完全自由谈,在讨论中,可以观察到每个人是怎样参加这一讨论的,每个人的领导能力、组织能力和说服能力等,从中也就可发现有突出组织领导才能的人才。

目前,美国不少应用评价中心的公司,都认为这一制度选拔管理人员效果较好。美国电话电报公司在建立这一制度之始,曾对几百名管理人员候选者进行测试,随后将结果密封,八年后就直接与提升的经理核对,有64%在预测之内。根据调查分析,对选拔经理的正确性作了这样的估计:凡采取任意提拔方式的,正确性仅为15%,经过经理部门提名考察的为35%,采取经理部门推荐结合评价中心测验的达76%。根据经济效益的统计,齐洛克斯公司测试一批推销经理共花了340000美元,而这些经理增加的收益达490万美元。

第七节 银行决策心理

决策是银行领导者最重要的职能。银行领导工作的过程,就是制定决策和实施决策的过程。决策正确与否,直接关系到银行事业的兴衰,银行领导者应当积极吸收当代科学的最新成果,按

照科学的决策程序和方法，进行科学决策，这是改革新形势对银行领导者的客观要求。正因为决策在银行领导活动中占有重要位置，在这里我们将单独作为一节进行讨论。

一、银行决策的概念

决策，就是对一项重大问题，在行动之前所作的考虑和抉择。一般说，决策包括三个基本特征。

(一)确定目标

这就是先确定一个需要解决的问题。实现某种既定的目标，主观上就是决策者的动机。这是决策的前提条件。如果没有目标，也就无所谓决策。

(二)提出多种方案

决策是在同时存在的几种可供抉择的方案中“选优汰劣”。一种方案无法选择，谈不上决策。

(三)选出最优方案

这是指对提出的各种方案，经过反复比较，权衡利弊，从而选出最优者，然后进行实施。

根据上述特征，所谓银行决策，是银行为实现其经营管理货币信用业务的目标、规划、政策、策略和重大措施所作的选择和决定。具体说，银行决策是为了解决某一问题或实现某一目标，根据信息反映的现状和对未来情况的预测，拟定若干可行性方案，经过决策者综合判断，从中选择一个最优方案并付诸实施的过程。

决策是人类固有行为之一。决策，自古有之，决策之重要性，古人也早有记载。象孙膑为田忌赛马献计策而胜齐威王；诸葛亮

作“隆中对”而三分天下；朱元璋采纳“广积粮、高筑墙、缓称王”的建议而创立明王朝；还有春秋时的田成子，放债时大斗出小斗入，赢来的是山河易姓，等等。这些都是千古流传为后人称颂的重大战术和战略决策的范例，但是，上述这种与小生产方式相适应的决策，一般讲都是凭借领导者个人的经验和智慧做出的，叫做“经验决策”。随着生产社会化程度的逐步提高，社会活动越来越复杂、越来越多变，领导者所要决策的问题，比过去重大得多、复杂得多，是过去小生产时期不可比拟的。在当今社会，政治、经济等方面形势复杂多变、竞争激烈，每一个领导者都会遇到大量复杂的问题需要及时决策。就银行来说，在社会总需求大于总供给的情况下，究竟是采用银行信贷紧缩的政策，还是采取银行信贷松动的政策；在宏观经济要求紧缩银根的情况下，是直接控制信贷指标，还是提高存款准备金率，还是抛售有价证券？等等，这些银行货币信用业务活动中所出现的大量复杂的问题，都需要银行领导者及时做出反应和决策，否则决策失误，给银行管理乃至国民经济带来损失和危害。

二、银行决策的类型和程序

银行决策可以从不同的角度、不同的层次来进行分类，具有以下几种类型。

（一）宏观决策与微观决策

宏观决策与宏观经济相联系，凡涉及社会全体、国民经济全局的决策，都属宏观决策。就银行来说，有关银行体制改革的决策，决定年度货币发行或回笼量，确定放松信贷还是紧缩信贷的政策，制定利率和汇率政策等，都属于宏观决策。银行宏观决策一般是由国务院或总行的领导做出的。

微观决策与微观经济相联系，凡涉及个别地区、个别行处、个别企业的决策，均属于微观决策，如对基层营业网点的增设或撤并，对某企业贷款方式、数量和利率的决定，安排劳动组合、调配使用干部等，都属于微观决策，一般由基层行行长或负责这项工作的人员做出。

（二）战略决策、管理决策和业务决策

1. 战略决策。战略决策是根据经济、金融宏观政策和银行外部环境变化情况，决定一定时期内全行的经营方向、目标和重大措施的决策。战略决策一般多由总行进行，但也参与一部分管理决策。

2. 管理决策。管理决策是根据全行的战略决策和下达的计划指标，结合本地区经济金融情况，合理组织银行的人、财、物等要素开展经营管理活动的决策。管理决策一般由分行一级进行。

3. 业务决策。业务决策是根据上级行规定的政策、制度和任务指标，结合本行处的具体情况制定详细贯彻执行措施的决策。业务决策一般由基层行处进行。

（三）程序性决策与非程序性决策

程序性决策是指那些常规的、重复出现的决策。当需要解决某一问题时，可以按照已形成的特定程序进行处理，可以引用惯例和标准化、规范化的工作方法，如审定发放结算贷款、进行现金管理、资金调度等，这些决策都是属于程序性决策。

非程序性决策，属于偶然发生的、不是反复出现的非例行决策。这类决策一般是无先例可循并有大量不确定因素，无法用常规的办法进行处理，基本是靠决策人的判断来进行的一种决策。如改革机构体制、开拓新的经营范围等。

在决策的类型中，还可以根据决策条件和后果关系划分为确定型、风险型和非确定型决策，这种划分办法对研究银行决策

具有很大的意义，我们将在决策行为的思考方法中进行讨论。

虽然决策的类型复杂、决策问题的性质不同、决策者个人素质风格各异，但是，各种决策仍有一定的共性，有其一般的决策程序，一般认为，一个健全的、科学的决策程序应包括下列五个阶段。

1. 发现问题。所有决策都是从发现问题开始的。领导者的一项重要职责就是根据既定目的认真搜集、加工来自各方面信息，并从中揭示矛盾、发现问题，不能发现问题或不会抓住根本性关键问题，就不能及时、正确地做出决策。自然也就谈不上做出高明的决策了。

2. 确定目标。这里的“目标”是指一定内外环境和条件下，通过预测分析所希望达到的结果。确定目标是决策的出发点和归结点。没有目标就无所谓决策，目标错了其决策也错。因此，在确定决策目标时应注意三个问题。

第一，目标必须准确。目标不准确，就会错误决策，因此，要抓准问题，加强调查研究和预测分析，审时度势，正确适时提出决策目标。

第二，目标必须有现实的可能性。确定决策目标，不仅要考虑需要，而且要全面考虑内外条件是否基本具备，不切实际的目标办不到，也行不通。

第三，目标必须明确。目标的内容一定要明确，不能有各种不同的理解。对数量目标，要提出具体的数量界限，对质量目标和抽象的问题，要提出具体要求和任务。

3. 拟定方案。拟定方案就是为了达到既定目标而寻找各种途径，制定各种可供选择的方案。

随着科学技术的迅速发展，社会因素和技术因素相互渗透，一项重大决策常常涉及政治、经济、科学、文化、法律等各方面。

因此，仅仅依靠领导者个人的才能或领导班子进行决策，难免有一定局限性。因为一个人或少数几个人的知识总是有限的，这就是说，必须群策群力、集思广益。就银行决策来说，不但要发挥领导班子成员的才智，而且要广泛听取经济师、会计师、统计师、工程师、顾问等的意见，发挥其智囊团的作用。领导者的重要功能之一，就是要激励下属主动而积极地参与决策。

4. 方案选优。这是整个决策行为的关键。选优，就是根据决策目标要求，审查各种方案的可行性，由领导者权衡利弊进行决断，或选择其一或综合成一。从银行决策要求来看，最优方案一般应具备下列条件：

(1)紧扣决策目标；

(2)有较高的经济效益；

(3)有足够的人力、物力、资金、技术、信息等资源作保证；

(4)有一定的应变措施；

(5)有承担风险的周详考虑。

在方案择优过程中，要按照客观经济规律办事，从全局出发，统筹安排，既要考虑决策的内在因素，又要考虑方案实施的外在影响，研究这些因素的相互联系，选择的方案更合理、准确、周全。

5. 组织实施。这是决策行为的继续，即把选定的决策方案付诸行动。对于一些重要的而把握不大的决策，要先进行试验实证，以验证其方案的可靠性，通常称之为“试点”。行之有效，然后普遍实施。如果发现问题，还必须反馈回来，进行“跟踪检查”。

普遍实施是决策程序的最终阶段。由于通过上一阶段的试验和实证，即可靠性较高，但是在实施过程中，也可能会发生某种与决策目标偏离的情况。因此，要注意以下几点：

(1)要制定周密的实施计划和相应的战略措施；

(2)要把决策目标与计划措施落实到执行部门和有关人员，明确责、权、利；

(3)要使决策目标和计划措施为广大执行者充分接受和透彻理解，统一认识；

(4)做好决策的解释工作，防止在逐级向下传达时，曲解决策的原意，同时还要组织经验交流，全面有效地推动决策计划的实施。

在组织实施过程中，还要有一套跟踪检查、反馈调整的机制。如果发现决策方案有部分不切合实际时，要及时加以调整或修改，发现决策方案本身 有严重错误，继续执行将危及决策目标实现时，要对决策方案进行根本性的修改，如果主观和客观条件发生重大变化必须重新确定目标时，那就要重新进行决策，以适应新形势的变化。

上述决策程序的五个阶段，只是大致地指明了决策时的一般过程。在不同决策中，情况各异，各阶段比重不同，各阶段可能有所交叉，某些阶段也可省去，一切应视具体情况而论，不应机械照搬。

随着科学技术的迅速发展，决策已从经验上升为一门专门的科学。决策模型、数量化方法、电子计算机等已广泛应用于各种决策，并形成了一整套科学的程序，提高了决策的准确性、可靠性。但是，直到目前为止，对于许多复杂的决策问题，还没有找到有效的数学手段进行处理，某些变化因素根本无法定量，这就是说，领导者的经验才智依然是决策的重要条件。管理心理学认为，领导者在凭借经验才智进行决策时，必须进行科学的思索和推断，要主动向自己提出一系列问题。如：

“这项决策必须由我来作吗？”

“这项决策值得我作吗？”

“什么是作决策的最佳时机?”

“我掌握了作决策的必要事实吗?”

“我将怎样作决策?”

领导者在决策过程中经常主动向自己提出一些问题,特别是从反面提出问题,有助于决策行为科学性、合理性。

三、决策行为的思考方法

确定型决策、风险型决策、不确定型决策是银行决策的重要分类。银行领导者应在审查研究报告并作出决断时,注意区别不同决策类型,采取不同的思考方法,给予不同的考虑。

(一)确定型决策行为的思考方法

确定型决策是指在已知的、确定的条件下进行的决策。它的特点是各种方案具备,后果也可算出来,按其需要选择最佳方案就可以。如银行筹集一笔资金,或组织存款,或向其他银行拆借,或出售有价证券,在其他条件基本相同的情况下,则选择成本费用较低的一种方式,这样的决策就是确定型决策。对于确定型决策,既然结果是确有把握的,那么,决策就应根据已有情况选择最佳方案,竭尽全力去组织实施。这是确定型决策的基本思考原则。

(二)风险型决策行为的思考方法

风险型决策,也叫随机型决策。风险型决策的主要特征是:存在着两种以上不以决策人主观意志为转移的客观状态(即自然状态),不同行动方案在不同自然状态下的利益(或损失)值可以计算出来,未来出现哪种客观状态,决策人不能肯定,但其出现的概率,决策人大致可以预测出来。风险型决策是银行信贷决策的主要形式。如银行审核某项技改贷款项目,企业 2 年按期竣

工投产后，如果产品年销售在1000万元以上，3年可收回贷款本息；如果产品年销售达不到1000万元，3年内将难以收回贷款本息，甚至出现呆帐贷款，据市场预测，年销售超1000万元的概率为0.8，年销售在1000万元以下的概率为0.2，为了保证贷款安全，贷款决策者必须从贷与不贷两种方案中进行抉择，这就是风险型决策。

对于风险型决策，领导者应着重考虑以下四点。

第一，选择最有希望的方案。

第二，准备好必要的应变方案。以便在可能的不测事变发生时得以应付自如。

第三，运用各种主客观条件，尽量化险为夷，通过分步试行、实验，及时收集新的信息，使风险型决策转化为确定型决策。

第四，留有余地，要有最好的保险手段。如贷款时要有担保物抵押。

风险越大，以上四点考虑就越重要。风险型决策最忌讳孤注一掷。

（三）不确定型决策行为的思考方法

不确定型决策是确定型决策的对称。是指存在两种以上不以决策者主观意志为转移的客观状态，但其出现的概率无法加以预测的决策。如，银行体制改革是成功还是不成功，难以把握，这就是不确定型决策。

对不确定型决策，银行领导者主要考虑以下四方面。

第一，"摸着石头过河"。决策问题不要太匆忙，要留一个反复考虑的时间，最好过一段时间再看，然后再决断。

第二，多方案并进。每个方案都要有原则差别，这样不仅成功希望加大了，纵使失败了，也能积累更多的经验教训，为新的决策提供好的依据。

第三，步子不要太快，即使认为方案是正确的，也会欲速则不达。

第四，要把力量集中在信息反馈上，要有灵敏、准确和有力的反馈措施，及时收集情报、及时总结经验教训，以便随机应变。

此外，如竞争型决策，最主要的是掌握“知彼知己，扬长避短，出奇制胜，动态对策”等。

四、银行决策者的定势、感情、意志

以上我们是把决策作为一种行为过程来讨论。行为受心理活动支配。银行决策者在个性方面的不同特点，他们的知识、价值观念和心理特征等，对于决策都有着重要的影响。下面我们着重讨论银行决策者的心理定势、情感和意志。

（一）银行决策者的心理定势

定势是人的一种重要心理特征，“是由一定的心理活动所形成的倾向性准备状态”。[①] 这种倾向性的基础是以往的经验，并在类似条件和情境下积极地表现出来。相对稳定是定势的主要特点。

知觉定势使人们倾向于看见自己以前看过的东西，以及看见同自己的态度和价值观念相一致的东西。而思维定势则使人在认识和解决问题时，常常喜欢按照自己形成的经验模式去思考。对银行决策者来说，定势心理经常可见。如，习惯于资金供给制的银行决策者，一遇到资金不足，首先想到的是伸手向上级行要；对某些生产经营好的（或差的）信贷企业，总是老眼光看待。在某种意义上，定势有它积极性的一面，能迅速发现一些问

① 杨清：《简明心理学辞典》，吉林人民出版社 1985 年版，第 220 页。

题，并采取行之有效的措施。

但是，定势一旦转移到另外的一些条件下，就可能给决策者带来消极的影响。在银行决策活动中，它会使决策者看不见现实中的新问题、新情况，歪曲对形势的判断，窒息人们创造性思想。对习以为常的东西持保守态度，对新出现的事情难以接受，使决策者带着成见、偏见看问题。不仅自己难以提出创造性的新方案，对其他人提出的建设性意见也拒绝接受，对自己所需要的结果往往估计过高，倾向于只考虑符合于自己预先设想的主张和方案。

所以，对决策者来说，要善于对习惯的思路、态度和行为模式提出疑问和相反的看法，这是十分可贵的。在银行决策中，要经常变换观察、思考 问题的角度，实行决策民主化，突破心理定势。

（二）银行决策者的情感

任何人的心理活动都带有一定的情绪色彩，而且以不同的心境、激情状态显露出来。银行决策者的情感对其决策行为具有很大的影响。

心境是人在某一阶段时间内的一种微弱而持续的情绪状态，使人的一切体验和活动都染上情绪色彩。决策者在心境良好的状态下，他会思维敏捷，想象丰富，充满克服困难的自信心，善于制定出创造性的、甚至带有风险的决策方案来；相反，心境不佳，就会情绪沮丧，思维迟钝，想象贫乏，害怕困难，很容易制定和采取消极的、保守的决策方案。

激情是一种强烈而短促的情绪状态，它以很强的表现力为特征，笼罩着整个人。当决策者的激情高涨时，他会调动全部身心的力量去完成正在从事的工作。银行决策者应当调动自己的激情，挖掘自己的潜力，制定科学的决策并动员全行职工努力实

施。但是激情也要善于控制,激情过于亢奋或情绪消沉,都会导致无法控制自己的行为和正确评价自己行为的意义及其后果,成为鲁莽的决策者。

金融心理学建议“请不要在情绪紧张或受到压抑的时候决策”。

(三)银行决策者的意志

一个心理健全的人,他的一切有目的的活动都是意志活动。在存在巨大的障碍和困难需要去克服的情况下,意志的作用是非常明显的。决策,在一定意义上,就是复杂的意志活动。

坚定的目的性,是意志的重要特征。货币信用活动是银行决策的主要内容,如果在决策活动中没有明确的目的,或经常改变目的,那么,下属就无所适从,也很容易带来货币资金损失。

银行决策,既不能盲目轻率,又要当机立断地采取和执行。这就是说,银行决策者要果断,一旦弄清情况,就应当抓住战机,果断决策,甚至在必要时候敢冒风险。

银行决策者还应当善于较长时间地专注和控制自己的行为去完成既定的目标,即要有顽强性。意志顽强,就是要坚持正确的主张,坚持原则,不能因一时出现的怀疑、非难、干预和别人的反对而动摇,不唯书、不唯上、不从众,只唯实。在执行决策的过程中,以充沛的精力和坚韧的毅力,努力实施选定的方案,百折不回,不达目的决不罢休。

第九章　金融体制改革的心理研究

从严格的意义上说，无论哪一种金融组织结构或制度，都不可能是完美无缺的。随着我国经济体制改革的深入发展，对金融组织和制度的要求越来越高。为了不断适应新的环境和要求，必须打破过去那种旧的金融模式和僵化的金融体制，不断增强金融活力，更好地发挥金融在经济发展中的作用。在金融管理实践中，需要我们不断地、积极稳妥地进行金融体制的改革。

金融体制改革不仅是金融机制的改革，同时还包含着极其深刻的心理上的改革。心理既是改革的对象，又是改革的动力。确切地说，金融体制改革正是由心理启动、导向调节、制约的。本章将从心理学的角度，来研究金融体制改革问题。

第一节　金融体制改革的压力与过程

我国社会主义金融体制经历了四十年的形成、发展、演变过程。其中有光辉的成就和成功的经验，也有过失误和教训。总的说来，我国金融体制经历了三次重大的变革。

第一次是建国初期，当时，在设立了解放区银行并发行货币的基础上，接收了官僚资本主义银行，改造私营钱庄，普设国家银行机构，组织了农村信用合作社和其他金融机构，建立了我国最初的社会主义金融体系。这一时期，金融体制中还保留了旧中

国金融业的组织结构和银行业务。

第二次改革是生产资料社会主义改造基本完成以后的大规模的社会主义建设时期。按照苏联的金融体制，改革了我国的金融体制，将多家金融机构合并成统一的人民银行。其结果是形成了高度集中的，以行政办法管理为主的金融体制。但是，由于经济管理体制和金融体制本身的弊端，不能适应经济发展变化的需要，使银行发挥作用的范围和程度受到了一定的限制。随着社会生产流通规模的日趋扩大，这种局限性暴露得越发明显。

第三次改革是党的十一届三中全会以后，根据党中央对内搞活，对外开放政策的要求，对金融体制进行了初步的改革。这次改革标志着我国金融工作正在开始一个新的重要转折。

一、当前我国金融体制改革的压力

近几年来，我国以城市为重点的经济体制开始以来，在增强企业活力，发展社会主义商品市场、资金市场、技术市场、劳动资源市场，改进宏观管理方面取得了很大的进展，价格和工资改革已迈出了第一步，但是，作为经济运行中的一个重要部分，金融体制与城市体制改革和经济发展要求很不适应，它强化了资金纵向分配制度，阻碍了经济横向联系的发展，资金中的“大锅饭”依然存在，资金效益低，金融体制不能比较充分地发挥作用。可见，我国经济体制改革迫切需要金融体制改革与之紧密配合，金融体制改革既是经济体制改革本身的重要内容，也是促进其他改革发展和完善的重要条件。

具体说，当前我国金融体制改革的压力主要有以下几个方面：

（一）银行组织机构按照行政区划层层设置，致使信贷资金管理体制在客观上阻碍了资金横向流动

现行行政体制的最大特征是地方政府直接抓生产，抓生产

就必然抓钱，抓钱就想到抓银行。与此相对应，无论作为中央银行的人民银行，还是各专业银行，都按照行政区划层层设置机构，新的银行体系仍然没有摆脱有一级政府，就设一级银行机构的旧模式，在这种模式下，银行信贷资金的分配很难避免地方政府的层层干预，以至被地方政府视为发展地方经济的资本。目前虽然银行间的短期拆借活动已经跨行政区域进行，但由于拆借的目的都是扩大当地贷款规模，并不能从实质上改变信贷资金划地为牢的局面，在这种情况下，就很难提高信贷资金的使用效益。

（二）企业在资金上吃银行“大锅饭”的问题没有得到根本解决

在发达的商品经济社会中，企业主要是通过自己发行股票、债券和向银行借入长期贷款来满足长期流动资金占用需求，其中发行股票和债券是企业解决长期流动资金占用的主要渠道，但是，我国不存在长期资金市场，银行贷款约占企业流动资金的80％，银行统管流动资金，实质上是统包流动资金。这种状况，一方面使企业不得不长期拖欠银行贷款，或者还旧贷借新贷，经常处于资金短缺的状况之中，另一方面又使得银行在事实上履行向企业供应流动资金的义务，给信贷资金流入那些经济效益差的部门或企业创造了条件。

（三）专业银行和其他金融机构缺乏追求信贷资金盈利性、流动性和安全性的动力和活力

目前我国的专业银行和大多数新建立的金融机构都不是真正自主经营、自负盈亏的经济实体，它们在财务、资金、劳动工资、干部管理和机构设置等方面仍然采取行政办法，它们的利益与信贷资金效益存在一定的脱节，因而缺乏提高信贷资金使用效益的内在动力和活力。同时，在没有全面实行企业破产法的条

件下，专业银行的贷款存在潜在的呆帐风险。

（四）没有形成一个竞争的环境

高度垄断降低了金融活动的经济效益。在一个有限的空间内存在经营相同业务的多家银行，是形成金融业竞争局面的必要条件。目前，我国四大专业银行在空间上和业务上划分得很严格，基本上是，工商银行占据城镇，农业银行占领着农村，中国银行垄断着对外金融业务，建设银行统管着固定资产贷款业务。除交通银行外，新成立的金融机构在业务范围上受到严格控制，在业务经营上受到垄断环境的沉重压抑，很难形成一支突起的异军。在金融服务高度垄断的情况下，绝大多数企业没有选择银行的余地，更谈不上融通资金的自主权。

（五）金融间接宏观控制的机制尚未形成

中央银行宏观调控机制不健全，调控手段不灵活，应变能力不强，直接的行政式的控制必然造成“一刀切”的结果。

（六）金融体制改革已成为广大干部职工的强烈愿望

近几年来，我国银行体制改革在摸索中前进，并已取得了一定成效。人民银行和专业银行的分设，为加速金融宏观控制，实现专业银行企业化，打下了良好的基础，各银行下放了部分干部管理权限，普遍实行了奖金制度。在资金管理体制上，实行了实存实贷，存贷挂钩；在财务管理上，实行了超额利润分成；少数地区还试行了集体承包制，民主选举行长等等，这些改革使基层银行增添了活力。人们从改革中尝到了甜头，看到了希望，认识到只有改革，银行工作才有出路。金融体制改革，不只是银行职工的自觉要求，还是社会的热切希望，许多企业要求减少贷款审批环节，实行灵活的信贷管理办法。有的部门为了推进科技体制改革，要求把拨款改为银行贷款，提高对资金的使用效益。还有的部门与专业银行合作，成立科技开发银行和房地产开发银行。这

些都说明，人们已经认识到银行信用机制在生产流通中的作用，要求改革现行的金融体制。

二、金融体制改革的步骤

为了使金融体制改革顺利进行并获得成功，防止改革中走弯路和反复，必须对金融体制改革设计一个合理的科学的改革步骤。关于改革的步骤，许多心理学家曾经提出过很多模式，下面我们仅举出几种。

（一）勒温的组织变革步骤

勒温认为组织变革应该包括三个步骤：[①] 即解冻，改革，再冻结。他指出这个过程就是一个由准备改革到实现变革的过程，他特别重视这个变革过程中人的心理机制，并指出这三个步骤就是他针对职工的心理状态提出来的。

1. 解冻。这个步骤主要是激励职工产生要求变革的动机，使职工认识到照老办法下去不能达到希望的结果。为了使职工感到变革的迫切性，而不对原有的态度和行为实行强化，使职工逐步产生变革的要求，为此，还要创造一种心理上的安全感，扫除对变革的害怕、畏难情绪，使职工感到有能力进行变革。

2. 变革。改革就是以转变职工的行为为目标的阶段，在这个阶段就是要明确改革的方向，使职工形成新的态度和行为，实施特定的变革。为此，首先必须提高认识（确立新的观点），端正态度，向确定的角色模范人物学习。新的态度和行为不能生搬硬套，必须从客观实际出发，对多种信息加以选择，并在复杂的环境中筛选出自己需要的特殊信息。正如勒温所说，变革就是一个

① 组织变革的步骤适用于金融体制改革。

认识的过程，它是通过获得新的概念和信息完成的，因此说，完成态度的转变既是借鉴的结果，又是内化的结果。

3. 再冻结。再冻结就是使已经实现的改革稳定化，也就是说，利用必要的强化手段使形成的态度和行为方式固定下来，或使之持久化。在金融体制改革中常常发现，一些新的制度和行为方式尽管开始很有效，但一碰到波折或问题又容易回复到原来的状况。因此，为了确保改革的稳定性，领导者必须十分注意在组织里创造一种良好的群体气氛，否则，将会使精心设计的计划付之东流。正如勒温指出，变革计划应该包括那些职工群众，只有群众成员彼此强化新的态度和行为，一个人的新态度和行为才能够持久。

（二）卡斯特的变革步骤

美国管理科学家卡斯特（F・E・Kast）认为，组织的变革应该分为六个环节。

1. 回顾和反省。这个阶段就是组织作一番回顾、反省和批评，对组织的内外环境进行必要的调查研究。

2. 发现问题。这是指通过调查研究，察觉问题，并认识到组织确实需要变革。

3. 分析问题。通过分析找出存在的弊端，找出现在（现状）与将来（变革后的状态）之间的差距。

4. 提出解决问题的办法。对可供解决问题的各种方案、方法进行评定讨论，有时还可以进行试点，以便从中优选最佳方案。

5. 实行变革。这是一个具体行动的阶段，就是根据选择的方法和行动方案，实施具体的变革。

6. 根据实施的效果，进行反馈。这个阶段就是检查效果与计划有无差距，如有问题，还可以根据上述步骤再次循环，以不断完善和深化改革，

(三)组织行为学者罗希(J・W・Lorsch)的组织改革程序

1. 创设一个需要改革的印象和气氛。

2. 分析、诊断环境,以决定改革的方向。

3. 沟通改革所影响的人员。

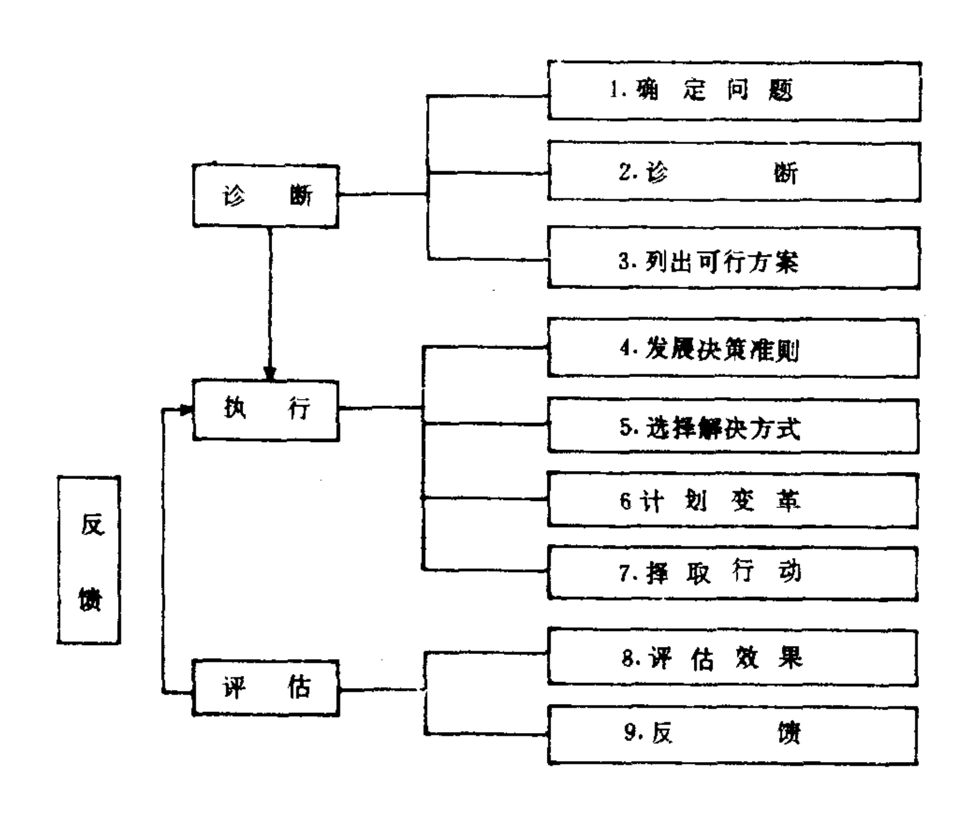
4. 监视改革,并不断调整、修正,使其日趋合理。

罗希认为,上述四步虽分别列出,但实际执行时却彼此相联而又互相重迭交叉。

(四)凯利(J・Kelly)的组织改革步骤

凯利的步骤分为诊断、执行、评价三个阶段,其主要之点及相互关系如图 9－1 所示。

图 9－1　变革过程三阶段示意图



上述管理学者关于组织改革的程序虽然说法不一,但就其

内容而言，却有颇为相似之处。组织改革的程序一定要视本组织所处内外环境的具体情况而定，并无固定不变的框架。然而综合各管理学者之观点，其简单的改革程序大致包括确定问题；组织诊断；执行改革；改革方式评价等四步。金融体制改革的基本内容是组织和制度的改革，借鉴组织改革方法于金融体制改革之中，对于促进我国金融体制改革是非常有益的。

三、金融体制改革的心理阻力

金融体制改革是一件新的事物，在金融系统内，大多数人对其是持欢迎和支持态度的，因而人们总是希望通过改革使金融体制能够适应经济体制改革和经济发展的要求，金融企业充满活力，金融工作在社会主义现代化建设中发挥更大作用。同时，也期望工作条件更好些、社会地位更高些、生活福利更优越一些等等。但是，改革是极其复杂的探索和创新，当一旦要把改革方案变为行动，使人们接受下来时，人们往往习惯于过去那种“大锅饭”、“大银行”的金融体制和单一的计划管理方法。因而，对新的金融体制感到不习惯、不安全、不愉快，继而形成对改革的抵触心理，即金融体制改革的心理阻力。

抵制金融体制改革的心理阻力程度和表现各不相同。归纳起来，有认识方面的阻力、情感方面的阻力、行为和习惯方面的阻力。对改革缺乏正确的认识，甚至认为专业银行企业化与列宁“大银行”思想背道而驰，是大逆不道，这是改革在认识方面所受到的阻力。有的人在道理上会讲改革的重要性，但情感上难以转变，一遇到具体问题，情感上就格格不入。即使认识改变了，但旧的习惯影响、旧的工作作风、旧的人际关系，还可能成为改革的阻力。认识、情感、行为方面的各种因素是相互联系、相互影响

的，很难截然分开，往往综合表现为某种心理因素。概括起来，我国金融体制改革中的心理阻力有以下几种表现。

(一)习惯心理

金融体制改革遇到的第一个阻力就是三十多年来形成的旧金融体制下的习惯心理。当人们从原有的行为方式向新的行为方式转变时，头脑中存有那种旧思想、旧观念和各种旧习惯的人，常常会对金融体制改革提出种种非议，甚至强烈反对，横加阻挠。在他们心里，唯有大统一的银行体制才是真正的社会主义银行，对于建立资金市场，开展行业竞争，专业银行企业化等改革中出现的新事物总是看不顺眼。如，吃惯了资金供应“大锅饭”的人，没有资金只习惯于向上级行要，所谓“跑步(部)向前(钱)”。实行计划与资金分开后，资金不再包下来，因而对花力气，动脑筋营运资金感到很不习惯，想到还是“大锅饭”好。在这些人的头脑中，总认为社会主义是一个大家庭，有钱大家用，何必分小灶呢?有的人一听到专业银行之间允许业务“竞争”，就发憷，认为竞争不符合中国人的习性。

(二)隐晦的不安全感

金融是国家经济运行的心脏，金融体制改革的成败直接关系到社会主义经济建设的稳定，影响着经济体制改革的顺利进展。在现实中，有不少人虽然希望改革，赞同改革，但对改革能否成功没有把握，对改革很担心，为改革前途忧虑，当改革出现波折时，改革的热情立刻就降下来，继而不赞成改革，实际上，这是一种隐晦的抵制。有的人对专业银行企业化改革是否会改变社会主义性质忧心忡忡，他们认为《政治经济学教科书》强调社会主义国家银行的两重性，是个政治原则问题，是列宁亲自制定的，不能轻易改革，专业银行企业化与这个原则是相违背的。在

他们心里，总是担心银行企业化会改变它的性质，削弱国家领导经济的职能，从而使社会主义银行变为资本主义银行。这种思想顾虑长期萦回在一些人的脑子里，成为金融体制改革的障碍。

（三）职业认同

实行金融体制改革之前，人们对自己所从事的信贷、计划、结算、储蓄等工作是认可的、熟悉的，因而在心理上有一种安全感，这种安全感即所谓的“职业认同”。金融体制改革就本质而言，就是迫使人们面临一种不稳定性。管理制度的变革、人事制度的变动、工作方式的变化、新技术的采用，都意味着对习惯化的工作模式所进行的挑战。这些可能出现的新变化，都给人带来某种安全感的丧失，使人在心理上产生压力，担心改革会给自己带来不稳定，因而采取抵制的态度。如，“一把算盘一支笔”，这是我国一千多年的传统，也是银行主要的计算工具。但随着计算机在银行中的广泛使用，习惯于使用那种古老而又落后工具的人们会因不会操作计算机而产生种种不安全感，心理不踏实，影响了原来的职业认同。又如，近几年来，银行相继开办了票据承兑贴现、票汇、资金拆借等新业务，开办新业务要求职工掌握更多的专业知识，这使某些业务不熟悉、专业知识较差而又不愿学习的人产生抵触情绪，因为他们只安于现状，对开办新业务当然持抵制态度。

（四）经济利益下降的担心

在许多人心目中，银行是国家机关，工作较为稳定，生活福利待遇较好，素有“金饭碗”之称，许多人为能抱着“金饭碗”而自豪。实行金融体制改革，建立多种形式的经济责任制，真正实行多劳多得、少劳少得、按劳分配的制度，那些原先习惯于拿“铁饭碗”，不好好干活，靠吃“大锅饭”过日子的人，就会担心改革对自

己不利而抵制改革。

1. 实行以承包为主的经济责任制后，职工个人利益与本部门利益挂钩，职工个人工资、奖金所得与工作好坏、贡献大小挂钩，因而使某些滥竽充数、靠“平均主义”和“大锅饭”混日子的人预感个人既得利益会丧失而抵制改革。

2. 推行上岗考核、定员定额制度后，一些能力平庸、工作不称职的人担心被淘汰而反对改革。

3. 实行职称聘任制后，一些人担心自己难以受聘而影响经济收入相应减少，这种人也不会赞同改革。

（五）对权力和影响的威胁

少数在银行中居于一定地位，拥有某种权力的领导者或管理者，对改革后可能使他们在工作中的权力地位下降而产生忧虑，因而不赞同甚至抵制改革。例如，银行是经营管理货币资金的重要部门，在某些人的手中拥有贷款审批权、现金管理权、资金结算监督权、以及人事、财务权等，当需要改革信贷审批制度，放宽现金管理和资金结算监督时，就意味一些人手中权利的丧失，受社会“尊敬”的地位也就消失，这对那些惯于以权谋私，以贷谋 私的人来说，当然是不会赞同这种改革的。

（六）社会因素产生的心理阻力

金融体制改革的心理阻力不仅来自金融系统本身，而且还要受到社会各方面的影响，这是因为银行不是简单的组合，它的功能与社会各个方面有着千丝万缕的联系。在银行改革中，当银行实施一项新的方案时，某些地方行政部门和企业的领导者就可能因为担心自身的利益受到影响，而抵制金融改革。例如，银行资金进行横向拆借，这本来是营运资金的很好措施，但是某些地方观念和狭隘思想严重的人，认为银行把本地的资金拆到外

地是不支持地方经济，担心影响地方的经济发展因而给银行以各种压力，提出种种非议，甚至直接阻挠金融改革。过去企业生产经营资金一直吃银行的“大锅饭”，当银行要端掉这只“大饭锅”时，一些吃惯了大锅饭的人心理就不安稳、不愉快，也就会不赞同银行的这种改革。

这里需要强调指出的是，金融体制改革是创新、是探索，由于经济、社会、心理等种种原因，金融体制改革遇到某些心理阻力是十分自然的、不可避免的。但是不容忽视，它干扰改革的顺利进行，影响改革的进程，甚至导致改革的失败。从某种意义上说，心理阻力比其他方面的阻力更有危害性。

四、心理阻力的危害性

（一）心理阻力影响人们对改革的正确理解，搅乱人们的思想

改革是探索和创新，人们对改革中产生的新事物在认识上有一个相当长的过程，对于改革存有心理阻力的人很难对改革有一个正确的认识，因而会提出种种非议，甚至歪曲改革，以搅乱人们对改革的正确认识，有的改革方案尚未等到付诸实践，由于得不到人们的正确理解和支持，在强大的心理阻力面前夭折。

（二）心理阻力干扰人们对改革进行创造性思维与创造性想象活动

对改革存有心理阻力的人，只安于吃“大锅饭”，不思进取，满足现状，缺乏改革的动机，对改革问题不可能有活跃的思想。不仅如此，这种人还可能在改革者面前说三道四，用流言蜚语中

伤改革者，给改革者带来心理压力，抑制改革的思路。

心理阻力影响人们积极参与改革行动。由于对改革有不正确的认识，抱抵制态度参与改革，则行动上是消极的，行为的效果又往往背离改革的要求。试想象，一个对改革持抵触情绪的人，他能在改革中有所作为吗？

第二节　金融体制改革的心理对策

为了防止和消除人们对金融体制改革的心理压力，鼓舞人们的改革斗志，我们需要研究以人为中心的改革心理对策。

一、参与和认同

组织银行干部职工一起参与金融体制改革，发动他们对金融体制改革发表意见，使他们产生改革的主人翁感，这样，不仅有助于消除改革的心理阻力，而且可加强对改革的责任感。在金融体制改革中，许多人包括分支机构的一些领导者，认为金融体制改革是总行、国家体改委的事情，改不改，怎样改由他们决策，上头怎么说，我们怎样做，存有这样一种认识是不正确的，不利于清除人们对改革的心理阻力。管理心理学的研究成果表明，参与金融管理和改革活动，可以产生多方面的心理作用，参与改革的决策，参与目标的制定，可以把个人的需要与改革的目标统一起来，可以增强成员的心理自主感，使每个成员把改革看作自己的事，主动地承担改革的责任。可以减少因未受到尊重或不了解改革的意义与要求而产生冷漠态度乃至抵触心理状态；参与，不仅可以减少矛盾，克服不合作心理，而且可以激发对改革的动

机，开拓改革的思路，活跃人们的创造性思维和创造性想象活动，使成员的聪明才智充分地发挥出来，加快金融体制改革的进程。

"认同"是和"参与"密切联系的心理现象，职工在参与讨论、研究金融体制改革各项方案的同时，可以增强职工对当前金融体制中的弊端、以及建立怎样的金融新体制等问题的了解与认识，即对金融体制改革的认同。认同可以说是一种心理契约，是统一全体金融干部职工参加改革行动的基础。金融体制改革不是总行领导者和某些专家意志的反映，如果上层决策机构凭少数人的意志，单纯使用权力，下层群众也只能是表面上的服从，很难想象这种改革会取得成功。只有发动职工一起参加改革和开展耐心细致的宣传说服工作，使每个成员逐步消除改革心理阻力，达成领导者与被领导者在心理上的默契，上下一条心，齐心协力搞改革，这样，金融体制改革才能收到预期的效果。

二、合理安排改革的时间和过程

中央在改革决议中一再强调：要"积极稳妥"、"慎重初战"。金融体制改革是一项极为复杂的工程，它需要等待一定条件和需要一定时间，即使暂时不存在对改革的心理阻力，但如果时间安排不当，操之过急，也可能产生新的阻力，造成改革的流产。因为任何一项改革，人们总有一个认识过程、适应过程，如果不顾及这一点，强行加快改革步伐，往往使人们产生一种受压迫的感觉，以致形成一种前所未有的抵触情绪。即所谓欲速则不达。

金融体制改革要等待恰当的时机，这是因为金融体制改革不是一件孤立的事情，它涉及到经济领域各个方面，需要得到各种配合。如利率改革需要有完善的价格机制，有企业和群众的理

解。如果金融体制改革不待时机成熟，硬性推行某项改革，那么，就可能引出许多问题，引起人们的反感。人们就会怀疑改革能否成功，甚至在行动上抵制改革。反过来，还要用更多的时间和力量去消除人们对改革的阻力，这样就难以达到预定的改革效果了。

三、利用群体力量

有些心理学家提出，可以利用群体的力量来改变个体成员或群体本身，即所谓利用“变革的团体动力学”来推进改革的方法。

（一）利用对改革的共同认识

在进行改革之前，必须通过宣传教育，使全体金融职工和社会成员一致认识到金融体制改革的必要性、重要性，激发全体职工改革的愿望，在团体中形成一种强大的要求改革的力量。这样，职工对改革的认识一致了，情感协调了，行动也就统一了。

（二）培养对改革的强烈归属感

防止和消除金融体制改革的心理阻力，还必须在干部职工中创造一种金融体制改革是“我们自己的事情”，“我是金融改革一分子”“我们大家都是改革者”这样一种感情，使每个职工对群体都有一个认同感和归属感，把群体看作自己的组织并为参加改革自尊、自豪，这样，在改革中就有了共同的语言和共同的目标。

（三）重视群体规范

在金融体制改革过程中，应当慎重考虑作为群体的各基层行处内规范的方向和内容，力求避免遭到群体的共同抵制，一方

面不致因改革使团体的一部分成员偏离团体规范很大而受到团体的排斥，产生改革的阻力，另一方面，要引导教育，改变团体某些与改革相抵触的旧规范，建立某些有利于改革的新规范。

（四）、加强意见沟通

在金融体制改革过程中，要通过不同形式把改革进展情况，包括取得的成绩和遇到的问题反馈给全体成员，这不仅沟通了信息，加强了联系，而且能增强职工对搞好金融体制改革的责任感。改革取得的成绩使职工对改革有信心，改革出现问题能激发职工的创造思维，开拓思路，为解决难题献计献策。

四、力场分析

力场分析是社会心理学家库尔特·列温(KurtLewin)提出来的，这种方法为金融改革提供了一个很有用的行动方向。

列温认为，当改革遇到阻力时，不能采用压制和强硬的手段来对待，因为即使阻力一时被冲破了，但抵制的力量依然存在，有时还会形成更大的阻力，反而对改革不利，于是列温认为，在贯彻改革的过程中，如果遇到阻力，可以运用力场分析的方法去分析支持改革和抵制改革的所有因素，采用图示方法排队，分析比较其强弱，然后采取措施，通过增强支持改革因素和削弱抵制因素的办法，推行改革。

列温认为，在任何一项改革中，一般都同时存在两种力量。一种是推动力，一种是抑制力。所谓推动力，就是指有益于实现改革的力量，它能引发一种力量促进改革继续下去。所谓抑制力，就是阻力或降低推动力的作用，它能阻止变革的发生或进行。当二者力量相等时，则达到平衡。

为了推进某种改革，可以通过以下几个途径来实现。

第一，增强改革推进力的强度。

第二，降低阻力的强度或安全把阻力转移。

第三，改变力的方向，把改革的阻力变为改革的推动力。

图 9—2　推动力、抑制力与改革关系图

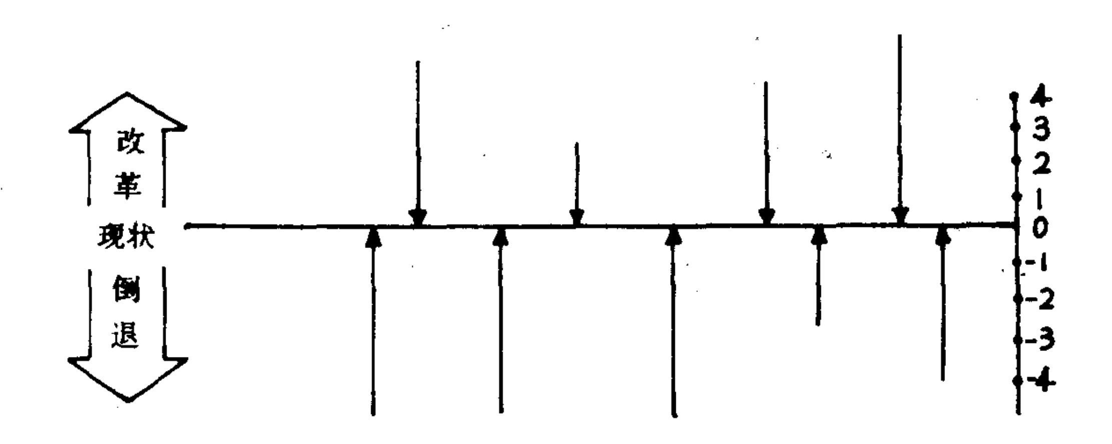


图 9—2 中的每个箭头表示一种推动力或抑制力，箭头的方向表示力的方向，其大小用估计值来表示，当推动力大于抑制力时，现状将打破，向改革方向发展；当抑制力大于推动力时，则现状倒回到旧的形式；当抑制力等于推动力时，维持现状。

五、提高人的情绪指数

情绪通常是指人们的需要是否获得满足而产生的暂时性的剧烈情感，如愤怒、恐惧、欢喜、悲伤等。人们对金融体制改革的评价显然是在表达一种情绪，评价高低不过是间接显示了情绪的高低，这种现象在职工中是大量存在的。例如，职工在情绪高潮的时候，可能认为自己所进行的改革工作非常有意义，而在情绪低落时，又可能认为自己所进行的改革太糟了，等等。

心理学中有一个专门测量人的情绪高低的公式：

$$\text{情绪指数} = \frac{\text{期待实现值}}{\text{内心期待值}}$$

在这里，情绪指数是指人们情绪状态的数量指标；内心期待值是指人们希望或者预计要得到的数量。期待实现值是指这种期望实际所能实现的数值。

显然，当情绪指数等于1时，说明职工的内心期待值正好得到了实现；当情绪指数大于1时，说明职工内心期待值超额得到了实现，在这两种情况下，人们就会感到高兴和满意，人的情绪就会高涨。而在第三种情况下，即当情绪指数小于1时，则说明职工的内心期待值没有得到实现，职工就会感到失望和不满，情绪也就会低落。

为了使职工能客观、公正地评价金融体制改革，从而为深化改革创造更加良好的社会心理环境，不断提高职工对金融体制改革的情绪指数是非常必要的。

心理学关于情绪指数的公式告诉我们，有两条途径都可以达到这个目的：一是积极推进改革，扩大改革成果，努力提高职工对金融体制改革的期待实现值。二是认真做好对改革的宣传工作，让职工真正地了解改革，真正看到实现每一项改革措施时所面临的具体困难，降低人们对改革不切实际的内心期待值。

第三节　金融体制改革与心理承受力

心理承受力与上节所讨论的心理阻力是两个完全不同的概念。所谓承受力就是人们对改革行为接受负担的能力。

在金融体制改革中，我们可以看到这样一些现象，一项具体

的改革方案，从改革方向上来看是正确的，从心理学角度来分析，也几乎不存在心理阻力，但是，在实施过程中有可能不顺利，实施后的效果也不好。例如，实行储蓄承包责任制，这无疑是调动职工积极性、大力吸收存款的好办法。但是，如果把储蓄任务定得很高，要求订得很严，超过职工可以承受的限度，那么，会引起职工的不满，不仅不能有效地调动职工的积极性，反而会挫伤积极性，甚至会直接影响任务的完成。一项本来理想的改革则成了失败的改革。又如，去年银行系统配合定员定额进行上岗考核，这也是一项完全正确的措施，但是，如果通过考核进行较大的人员岗位调整，也会引起人心浮动，造成人际关系紧张，从而直接影响各项工作的正常进行。至于改革信贷管理制度，调整货币政策，涉及到社会上更多人的心理，更要考虑人们的心理承受能力。在金融体制改革过程中，人们的心理承受力多大，改革的措施、方案能否为人们心理所承受，这是一个不可忽视的因素。

人的认识是从感性认识开始，上升到理性认识，然后又回到实践中，指导实践。人们对于新事物有一个逐步认识、接受的过程，一项具体的改革方案，作为一个新事物，人们对它同样有一个认识、接受的过程，况且，长期以来，产品经济思想、资金供给分配、大银行思想、重贷轻存思想在许多人头脑中根深蒂固，形成了一种固有的心理。这样，人们对一项具体的改革，就更有一个认识、接受的过程。同时，人们往往对即得利益、个人利益考虑得比较多，对这方面改革就比较容易认识、接受，对长远的、整体的利益则考虑较少，这方面的改革就不太容易被认识、接受。所以，我们在进行某一项具体改革时，不仅要考虑物质的承受能力，而且要考虑到人们对这项改革的认识程度，考虑到群众的心理承受能力；不仅要考虑改革的方向是否正确，还要考虑到改革的步子是否适度，群众是否可以接受。

在金融体制改革中，我们还可以看到这样一种现象，同一项改革内容、同样一项金融措施，在不同的行处、不同的地区采用相同的改革步骤和方法，但结果有可能不同。有的银行则容易贯彻落实下去，产生较好的效果，有的则难以接受下来，产生了不好的效果。这是什么原因呢？是群体心理素质不同。

群体心理素质是指群体的文化素质，政治思想水平以及各种观念等。

社会主义各级金融部门，由于发展历史不同、人员结构不同、文化状况不同、管理水平不同，以及党的思想政治工作的基础不同，各金融单位中职工心理素质、心理状况也是不同的。比如，在沿海开放城市，推行专业银行业务竞争，易被职工接受，竞争效果也可能好些，因为沿海城市的银行职工思想比较开放，观念更新快，心理对竞争的承受力较强。反之，在内地经济落后的偏僻地区，推行专业银行竞争，相对沿海开放地区来说，一时难以被职工接受，竞争效果也不一定理想，这是因为内地的银行职工思想观念落后于沿海开放地区，心理的承受力较弱。在一些金融单位，职工文化素质高，思想政治工作基础好，单位内部团结，推行劳动人事制度的改革，即使步子迈得大一些，也不会引起很大的冲击波；而在一个派性严重、内部团结差、思想政治工作基础不好的单位，人们对劳动人事制度改革就特别敏感，有时稍作一些变动，都可能“一石激起千层浪”。一般说，职工心理素质较好，对相应的改革承受力就较强，改革进展也较快。反之，职工心理素质较差，改革的承受力就较弱，改革进程中相应的一些改革措施不太容易接受，有时甚至会产生逆反心理，成为改革的心理阻力。

这些情况说明，我们推行金融改革、制度改革，必须认真分析各专业行、各地区行处的职工心理素质，正确估量职工的心理

承受力，慎重稳妥、由浅入深、积极推进，努力保证金融体制改革的顺利进行。

金融体制改革十年来，改革的成果令人鼓舞，但在改革中，有一种现象应当引起重视，这就是只重视抓“硬件”，而忽视了抓“软件”，换句话说，考虑改革措施多些，对提高职工的心理承受力抓得少些。“硬件”、“软件”都是金融改革中不可忽视的，两者紧密联系、相辅相成、偏一不可。

我们之所以提倡提高职工的改革心理承受力，这是因为心理承受力象物质承受力一样是可变的。只要我们重视改革心理承受力，提高职工的认识能力，积极引导他们的心理状况向有利于改革的方向发展，那么，职工的心理承受力也就朝着有利于改革的方向提高。

提高职工改革心理承受力主要是通过掌握职工的思想脉搏，有针对性的进行理论指导，进行宣传教育，使职工对改革的措施能真正理解和支持。

党的方针、政策是提高职工思想觉悟，正确引导职工心理转化的思想武器，各专业银行以及各行处应联系改革的实际，通过报刊杂志、广播、电视和组织讨论会、演讲会积极宣传党的有关改革的方针、政策，宣传改革中的新人、新事，介绍改革的成功经验，同时，组织职工学科学、学文件，引进西方国家和东欧等国家金融管理的科学方法，帮助职工消除旧的思想观念，树立现代新的观念。由于人们的“大银行”思想，“铁饭碗”、“大锅饭”等心理是长时期逐渐形成的，因此，宣传教育不是一朝一夕、一蹴而就的事情，而是要经常地、反复地宣传，范围要大一些，眼界要开阔一些，形式多样化。这样做，即使不能立即改革固有的思想、心理，但也能使职工对改革有一定的思想和心理准备，同样也可以提高职工的改革心理承受力。

理论宣传和实际改革是相辅相成的，在改革中边宣传、边实践，宣传引导改革实践，改革实践提高宣传效果。一般说，理论宣传应做在改革实践前面，实际改革的步子则相对地小些。这样，通过宣传，使职工对改革有了一定的心理基础，改革心理承受力得到一定提高，然后在实践中，又进一步宣传，使职工心理承受力更提高一步，这样反复循环，职工的改革心理承受力就能适应深化改革的要求，达到推动和保证改革顺利进行的目的。

第四节　金融体制改革与观念更新

金融体制改革首先要在观念上更新发展。人们常常用观念更新来表述改革和开放，说明观念更新在金融改革中的重要地位。的确，时代要发展，社会要前进，金融改革要取得成功，就必须改革和更新长期存留在人们心理上的旧观念、旧意识。

建国三十多年来，我国的金融体制在总体上是为了适应产品经济、实物分配的经济体制的，银行作为国家机关进入人们的思想中，加之一家银行包天下，一种信用行四方，信用关系几乎完全被行政需要、计划指令所代替，使得银行在同社会经济单位相比中，产生并发展了特殊感、优越感、安全感等非企业化观念，旱涝保收、统收统支、“大锅饭”、“铁饭碗”思想等比任何企业都根深蒂固。近几年来，虽然由一家银行相继分设出了几家专业银行，资金管理体制开始走上改革的道路，但是，作为经济实体，人们在观念上还没有真正改变过来，这不符合我国有计划商品经济对银行的要求，也不能适应当前我国金融体制改革向纵深发展的需要，观念更新已成为金融体制改革中的一项重要内容。

观念更新就是要清除人们心理上的旧观念，树立起跟上时

代发展的新观念，只有旧观念不断被摒弃，新观念才会不断产生，否则，人们的思想就会落后于实际，跟不上时代发展的步伐。这里，还应当说明的是，我们所要树立新观念还必须与客观现实相符合，反之，就会造成新的观念混乱和错误。所以，在金融体制改革中更新观念，应当同建立有中国特色的社会主义联系起来，让新的观念更体现出我国的国情、特点和符合我国的实际。

一、从服务于产品经济观念转变为适应商品经济发展的观念

现代银行业是商品货币的产物，但过去几十年来，我国长期受斯大林关于商品生产的思想束缚，在理论上对社会主义制度下的商品货币关系，一直采取又承认又不承认的态度，在指导思想上只强调计划经济，排斥货币商品关系，不承认价值规律，不承认价格、信贷、汇率、工资等重要经济杠杆的作用，在这种僵化的观念下，使我国的银行成了扭曲的畸形物。行政机关、财政出纳、高度集中等观念都与有计划商品经济下的金融思想相背离。因此，从产品经济观念向商品经济观念转变是改革中的一次飞跃。我们进行金融体制改革，必须按照我国已经确立的社会主义有计划商品经济的模式，从树立适应商品经济发展的新观念开始。

二、从“大锅饭”、“不讲经济效益”的旧观念转变为讲究利润和经营效果的新观念

多年来，我国银行的各级分支机构都不是相对独立的经济

实体，一切收入往上缴，一切开支向上要，在资金供应上，企业吃银行的大锅饭，专业银行吃中央银行的大锅饭。在这种情况下，人们没有讲究经济效益的观念，银行的官商作风、长官贷款等思想充斥于人们的心理。但是在商品经济条件下，专业银行是经营货币商品的特殊企业，因此，在专业银行企业化这一方向确立之后，必须把专业银行自主经营，自负盈亏、自担风险、自求平衡的观念确立起来。银行是企业，就要求讲求盈利，没有利润观念，就抽去了专业银行作为企业的灵魂，就是对专业银行企业化改革的否定。当然，银行在讲求自身效益的同时，还应当注意把与讲求社会经济效益统一起来，金融企业同社会上一切经济实体都是借贷关系、经济关系。从根本上来说，银行效益与社会效益是统一的。在一定意义上，如果银行资金使用效益差、利润少，反映了社会经济效益不好，企业亏损大、物资呆滞多等。因此，在推进专业银行企业化的改革中，既要树立盈利观念、自身效益观念，还要有全局观念、整体观念。

三、从“划分势力范围”、“独霸一方”的旧观念转变为各金融组织平等的竞争观念。

“大一统”的金融体系，不需要市场，当然也不会产生竞争，1979年以后，虽然陆续建立了几家专业银行，但从一开始就划分了“势力范围”，彼此分工明确，各有所司，在经营上外无压力、内无动力，你搞你的、我搞我的、互不干扰，这样，当然就不需要竞争。但是，既然是社会主义有计划的商品经济，竞争就必然发挥作用，从某种意义上说，没有竞争就没有发展，就没有服务的改善。因此，为了适应我国社会主义商品经济的发展，金融体制必然向着在中央银行统一领导下，各类银行，多种其他金融机构

并存和“业务交叉”，相互竞争的方向发展。除中央银行外，其他一切银行和金融机构只有国营、集体所有制形式不同，没有领导序列的关联，其性质是经济实体，都是平等的伙伴和竞争的对手关系，是业务关系、经济关系、信用关系。

在金融体制改革中树立“业务交叉、相互竞争”的新观念，就是要有开拓精神，要有创造性劳动，要有迎接各种挑战的勇气，不学习、不钻研、不求改革、不思上进，靠吃“大锅饭”和“一统天下”来管理银行的旧习惯、旧观念应当从人们的思想中摒弃。当然，我们所说的树立相互竞争观念，应当是坚持正确的原则，贯彻执行党的金融政策，而不是采取不正当的手法争揽业务，互相抵消力量，甚至导致工作上的损失。但这终究是工作上的问题，工作做得好，这些问题是可以防止和解决的。我们这里说的是要在思想上树立“业务交叉”、“相互竞争”的观念，改革在深入，形势在发展，而如果我们的思想跟不上，就要贻误金融改革，问题就在于此。

四、从“国家银行”的观念转变为“国营金融企业”的观念

长期以来，我国的政治经济教科书上就一直强调：银行既是办理货币信用的经济单位，又是国家管理货币的行政机关，在这种思想的影响下，国家大银行观念一直扎根在人们的心里。随着国务院关于中国人民银行行使中央银行职能的决定和《中华人民共和国银行暂行条例》的发布，专业银行经济实体的性质已经确立，这种格局的转换，表明了同过去银行双重性质相比，专业银行更具有了完全的企业性质。因此，在人们的思想上要适应这一格局的转变，淡化“国家大银行”的意识，更新过去一家银行的

那种旧观念和管理方式，让“国营金融企业”的观念牢固扎根在人们的心里。

五、从对企业经济活动进行监督管理的观念转变到同企业建立完全的经济关系的观念

谈到银行与企业的关系，许多同志总是这样认为，社会主义的银行是国家银行，是对国民经济活动进行监督的，企业的一切资金活动都要通过银行，接受银行的监督，银行与企业是监督和管理的关系。因此，持这种认识的人往往把自己盘踞于众多的企业之上，但在实际工作中，许多单位常常逃避银行监督，钻结算的空子，不按规定贷款等，单纯监督管理并没有取得好的效果。随着金融改革推进和专业银行企业化格局的确立，人们应当更新单纯监督管理的旧观念，从服务的观念出发，与企业建立一种经济关系。事实上，银行与工商企业是处于同等地位的经济关系，企业需要银行，银行也离不开企业，因此，银行应正确地摆正自己与企业的关系，树立服务第一的思想，只有这样，才能把银行工作的质量提高一步，达到专业银行企业化的要求。

当然，国家和人民银行赋予金融企业的一些行政性职能，那是要认真履行职责的。但这不是我们讨论的重点，在此不作详细论述。

第五节 金融体制改革的心理效应

衡量金融体制改革是否获得成功，一方面看金融组织结构和制度能否适应内外环境的要求，另一方面就是干部职工的改革心理效应。即思想观念更新程度，事业心和责任感是否增强，

创新意识和进取心是否提高，职业道德是否高尚等。

一、事业心和责任感

无论是我国农村的责任制，还是城市工商企业的承包制的成功，从心理学来分析，首先是增强了人的事业心和责任感。只有在工作中有事业心的人，才能热爱自己的本职工作，对工作充满炽热的感情，把自己的才智献给自己所从事的工作。强烈的事业心，使人们不满足已有的成绩，并把自己的事业不断推向新的起点，强烈的事业心是金融改革的动力，是金融事业繁荣发达的心理基础。责任感是对社会或其他人所负的道德责任的感情。调动银行干部职工的积极性，必须把权、责、利结合起来。其中，责是核心，责任分明，各司 其职，各尽其责，奖罚皆有，使工作产生心理压力和心理动力。提高责任感是提高金融工作效益与社会效应的一个重要心理因素。过去，银行贷款不担风险，呆帐损失不负责任，这种不讲责任的状况严重影响了贷款资金的效益。建立贷款责任制以后，信贷员的责任心增强了，贷前调查、、贷时审查工作比以往更为扎实，储蓄承包责任制的推行，使储蓄工作有了很大转变，过去坐等储蓄的现象消失了，取而代之的是出去上门揽储。高度的责作感，使文山会海、办事拖拉，扯皮推诿等情况明显减少，工作效率大大提高。几年来的金融体制改革实践证明：职工的责任感正在增强，并推动着金融工作的蓬勃发展。

二、打破“铁饭碗”、“大锅饭”心理

国家职工“铁饭碗”、“大锅饭”的社会心理由来已久，特别是金融部门的职工，这种心理更为突出，人们把银行工作比作“金饭碗”，进了银行犹如进了“保险柜”。“铁饭碗”、“大锅饭”的社会

心理给金融发展带来了极坏的心理影响。有“铁饭碗”也就有了“大锅饭”，干多干少一个样，工资照拿，奖金照发，这种心理严重压抑了人们的进取心，挫伤了人们的工作积极性。

金融体制改革的潮流对“铁饭碗”、“大锅饭”的心理是一个巨大的冲击。

在金融体制改革中，一系列的改革措施使职工的“大锅饭”、“铁饭碗”的思想正在淡化，一个“危机感”、“不安全感”，立于进取，相互竞争，鞭策人们发奋图强的心理已开始在职工中形成，这些变化正是改革所取得的心理效应。随着金融改革的不断深入，这种心理效应将会进一步得到强化。

三、激发创新意识

改革是一种创新，创新意识在金融改革与发展中起到重要作用。

创新意识是由几种心理因素组成的。创新意识是 以创新动机为先导，以思维的流畅性和思维的应变性为基础，以思维的创造性为核心。

创新意识是驱使人们进行改革的心理动力，使改革向着目标挺进。创新意识越强，实现改革的可能性越大。

改革激发了人们的创新意识，触发人们的创造性思维，由于种种原因，过去银行受传统思想的影响甚深，职工因循守旧思想严重，创新意识较弱，许多落后的信贷、储蓄、结算办法及管理制度一直沿用到现在。长期形成的墨守成规，固步自封思想束缚了人们的创新意识，阻碍了金融体制改革的发展，今天，我们进行金融体制改革，就是要培养创新意识，没有创新意识，改革无法进行，金融事业难以发展。

后 记

金融心理学作为一门新学科，在我国还是一个空白，在国外亦尚未形成完整的理论体系。写这个本子，是我们的一次大胆尝试，也是多年来学习、实践和研究成果的初步总结。作者力求从理论与实际结合上回答实践中的问题，形成自身的理论体系。诚然，作为一门独立的和较为完整的金融心理科学，尚需一个发展过程，需要金融实际工作者和理论界的共同努力。我们写这个本子的目的，旨在引起金融界同仁的兴趣，抛砖引玉。限于作者水平和工作繁忙，书中不当、甚至错误之处，欢迎专家，读者不吝赐教。

在本书的写作过程中，得到长春金融管理干部学院曹明国教授和冯正钦副教授等专家学者的热情鼓励和指导，万里文同志参与了本书的体系设计并提出过许多有益的建设性意见，中共中央党校庄志凤教授在百忙之中为书稿作序，在此深表致谢，还要特别感谢徐春兰、高若虹两位同志，在紧张工作之余参加本书讨论和修改，为完善书中的某些提法、观点付出了辛勤劳动。

本书在写作过程中，曾参考和引用了国内外一些有关研究成果和经济文献，在这里，也向其著者谨申谢意。

作者还要感谢中国金融出版社及本书责任编辑李苒同志为拙著出版所作的一切。

刘德谷　熊丘谷

1991 年初夏于南昌

金融心理学研究

JINRONGXINLIXUEYANJIU

刘德谷
熊丘谷

封面
书名
版权
前言
目录
正文